



La SSR è diventata inutile!
Al giorno d'oggi, in termini di programmazione l'offerta non manca di certo, tra l'altro molti di questi programmi sono anche gratuiti!



Nell'epoca delle fake news, sovraccarica di informazioni e di un certo orientamento giornalistico che sottostà alla diabolica legge del «click», il servizio pubblico radiotelevisivo è più importante che mai. Anche perché abbiamo bisogno di un punto di riferimento in grado di offrire informazioni affidabili aperto a tutte e tutti. Il canone permette alla SSR di fornire il proprio servizio informativo libera da pressioni politiche ed economiche e garantisce una copertura dell'attualità indipendente e di qualità.



Le aziende devono pagare due volte: non è giusto!



Anche l'economia svizzera beneficia di una piattaforma nazionale e di una copertura giornalistica affidabile in ambito economico. Nel nostro piccolo Paese, la popolazione e le imprese hanno tradizionalmente condiviso i costi del servizio pubblico, sia attraverso le imposte per le strade e le scuole, sia attraverso il canone a carico delle imprese per il servizio pubblico radiotelevisivo. Oggi, oltre il 75 % delle aziende è esentato dal pagamento del canone. In seguito alla decisione del Consiglio federale del giugno 2024, questa quota salirà in futuro addirittura all'80 %. Grazie anche alla partecipazione finanziaria delle imprese, dal 2018 il canone a carico delle famiglie è sceso da un importo di 451 a 335 franchi, ovvero è diminuito di più del 25 %.



Le PMI sono pesantemente gravate dall'elevato importo del canone (Serafe)!



Nel giugno 2024, il Consiglio federale ha deciso di esentare altre fasce di imprese dal pagamento del canone, al fine di ridurre ulteriormente l'onere per le PMI. A partire dal 2027, le aziende con un fatturato inferiore a 1,2 milioni di franchi non pagheranno il canone, ovvero circa l'80 % di tutte le imprese presenti sul suolo elvetico. Con 325 franchi all'anno, l'ammontare del canone per il livello tariffario più basso (fatturato compreso tra 1,2 e 1,7 milioni di franchi) è inferiore all'importo del canone a carico delle famiglie.



In Svizzera si paga il canone più alto d'Europa!



Nessun altro Paese allestisce un'offerta in quattro lingue e in quattro regioni culturali diverse in termini di programmazione. Il canone non può quindi essere seriamente confrontato con altre realtà, anche a causa del diverso potere d'acquisto a livello internazionale. Il nostro multilinguismo genera approssimativamente il 40% dei costi. Se si dovesse realizzare un'offerta monolingue, il canone ammonterebbe a circa 200 franchi, che corrisponde alla media europea.





La SSR corrisponde stipendi esorbitanti e sottrae così le e i migliori giornalisti ai media privati!



Il sistema salariale della SSR è trasparente: la politica salariale è resa nota nel rapporto di gestione della SSR e nel rapporto sulla retribuzione dei quadri della Confederazione. Gli stipendi corrisposti dalla SSR sono in linea con la media di mercato a tutti i livelli (+ 0,2 % per le posizioni editoriali, - 2,2 % per le funzioni di supporto). Tra l'altro, la «mobilità professionale» va in entrambe le direzioni: anche le collaboratrici e i collaboratori della SSR scelgono di passare ai media privati. E la SSR è lieta che il mercato consenta questo tipo di cambio di posizioni ed esperienze lavorative.



Il pubblico della SSR diminuisce costantemente!



Complessivamente, l'83 % delle persone residenti in Svizzera di età superiore ai 15 anni fruisce di un servizio della SSR ogni settimana. Il livello di fruizione rimane quindi elevato, ma è distribuito su un numero maggiore di canali diversi. Con le nuove abitudini di fruizione, i programmi della SSR vengono sempre più spesso seguiti in differita, on-demand oppure online. La SSR continua a essere un punto di riferimento centrale per la formazione delle opinioni politiche e gode di un alto livello di fiducia da parte del pubblico.



Le e i giovani non fruiscono dei servizi della SSR e devono pagare comunque!



La SSR raggiunge anche un pubblico più giovane: il 73 % delle e dei giovani interessati alla politica di età compresa tra i 15 e i 34 anni dichiara di usufruire regolarmente dei servizi online della SSR. Oggi questa fruizione avviene sempre più spesso su piattaforme digitali. La Concessione conferisce esplicitamente alla SSR il mandato di offrire servizi specifici per le e i giovani e di proporre tali servizi laddove si trova il pubblico target. La SSR adempie tale compito, ad esempio, con programmi come Tatakì, SRF Impact e Wetube.



**La SSR dà troppo spazio alle tematiche della sinistra!
La SSR dà visibilità agli argomenti dei partiti di destra!**



La SSR è tenuta a fornire un'informazione fattuale che rifletta adeguatamente la diversità delle opinioni. Questo aspetto viene monitorato dagli organi di mediazione e dall'Autorità indipendente di ricorso in materia radiotelevisiva (AIRR). Uno studio dell'Università di Zurigo (fög) ha esaminato l'aspetto in questione in modo scientifico ed è giunto alla seguente conclusione: le emittenti della SSR si collocano esattamente al centro in merito alla copertura di referendum ed elezioni, inoltre il tono dei servizi proposti è neutrale.





Alla fine dei conti la SSR è un'emittente statale!



La SSR è un'associazione indipendente e non appartiene allo Stato. È politicamente ed economicamente indipendente grazie al finanziamento solidale generato con il canone. L'associazione SSR è una società di diritto privato che attualmente annovera più di 23'000 membri. La SSR appartiene a tutte e tutti noi.



È sufficiente che la SSR fornisca un servizio di base a livello informativo!



La Costituzione federale, attraverso il mandato attribuito alla SSR, chiede al servizio pubblico radiotelevisivo di contribuire all'istruzione e allo sviluppo culturale, alla libera formazione delle opinioni e all'intrattenimento. Tutto ciò richiede un'offerta diversificata composta da elementi quali: informazione, cultura, sport e intrattenimento. Del resto anche la Concessione presuppone tali requisiti. Con una programmazione puramente informativa andrebbero perse molte cose, ad esempio la vicinanza e il legame con la popolazione svizzera, o il contributo alla coesione e alle esperienze condivise che nascono dall'intrattenimento e dallo sport.



La SSR fa concorrenza ai media privati!



La SSR non è un'azienda concorrente, bensì un'azienda mediatica complementare ai media privati in Svizzera. In nessun altro Paese, infatti, esistono così tante cooperazioni tra le aziende mediatiche private e un ente pubblico radiotelevisivo. Soprattutto nel settore online, i requisiti a cui la SSR deve attenersi sono particolarmente rigorosi: si pensi ad esempio al divieto di fare pubblicità, all'obbligo di fare riferimento a un determinato contenuto audiovisivo e alle restrizioni sulla lunghezza dei testi. Nel settore mediatico odierno, quando si parla di concorrenza lo si fa, e ormai da tempo, in un contesto internazionale e globale, all'interno del quale ci si deve misurare con i giganti tech. Tutti traggono vantaggio da una piazza mediatica diversificata. Le ricerche dimostrano che nei Paesi in cui il servizio pubblico è maggiormente sviluppato, in generale il lavoro giornalistico gode di maggiore stima e la disponibilità a pagare per avere accesso ai contenuti non ne risente negativamente.



Dopo il voto in merito all'iniziativa «No Billag», la SSR aveva promesso di ridurre i costi aziendali, ma non è successo nulla!



Dal 2018 in poi la SSR ha ridotto il proprio budget di oltre 100 milioni di franchi. È stato possibile ottenere questo risultato grazie a una maggiore efficienza e a più sinergie a livello di programmazione, personale, costi gestionali e strutturali, così come nei settori operativi e della distribuzione. Ne è un esempio la nuova unità mobile per i video, che può essere utilizzata in tutte le regioni linguistiche.





Perché la SSR deve essere attiva sui social media? In questo contesto non si tratta di un servizio pubblico!



La SSR deve raggiungere le persone nel contesto in cui si trovano, anche sui canali digitali, del resto anche la Concessione pone dei vincoli in questo senso. Il pubblico giovane si informa sempre più spesso sui social media. Specialmente in un contesto in cui vengono diffuse numerose fake news, è particolarmente importante poter trovare contenuti seri.



La SSR non ha bisogno di una offerta online smisurata: così facendo sottrae direttamente utenti ai media privati!



La SSR non vanta una posizione dominante nel settore online, la sua quota di mercato è pari al 20,1% (la stessa di TX Group). La Concessione definisce condizioni quadro chiare per le nostre offerte online. La lunghezza dei testi è limitata e ogni contributo deve essere collegato a un contenuto audiovisivo: tutto ciò garantisce che anche l'offerta online della SSR sia dedicata ai contenuti audio e video. Un nuovo studio dell'Università di Zurigo (fög) è giunto alla conclusione che la SSR non sta soppiantando le offerte informative dei mezzi di informazione privati nel settore online. Al contrario, le persone che usufruiscono dei servizi della SSR utilizzano più di frequente le offerte informative dei media privati.



Non c'è mai stato un dibattito sul servizio pubblico. Adesso è ora che la politica definisca il mandato di prestazioni della SSR!



Negli ultimi anni il dibattito sul servizio pubblico radiotelevisivo si è svolto con cadenza regolare e in maniera intensa. Ecco alcuni esempi: l'iniziativa «No Billag» (respinta da oltre il 70% delle e dei votanti), la limitazione dell'offerta online della SSR (respinta dal Parlamento) e l'abolizione canone a carico delle imprese per le PMI (anch'essa respinta dal Parlamento). Previa relativa discussione pubblica, nel 2019 è stata approvata una nuova Concessione che ha ampliato ulteriormente il mandato della SSR in termini di servizio pubblico. Il Consiglio federale ha già ventilato la possibilità di modificare nuovamente la Concessione. Tale modifica verrà definita dopo la votazione sull'iniziativa «200 franchi bastano!», poiché a quel punto sarà chiaro anche quanti mezzi avrà ancora a disposizione la SSR in futuro.





Il budget della SSR aumenta costantemente di pari passo con la crescita delle economie domestiche, quindi la SSR riceverà più soldi (e non di meno)!



Non è vero! Dal 2019 la quota dei proventi del canone assegnata alla SSR è fissa, indipendentemente dalla crescita delle economie domestiche. E da questo punto di vista la situazione rimarrà invariata: nel giugno 2024, il Consiglio federale ha deciso di ridurre l'importo del canone a partire dal 2027. Ciò significa che la SSR avrà a disposizione molti meno fondi e sarà costretta a risparmiare. A partire dal 2029, le saranno assegnati 1,2 miliardi di franchi. Si tratta di circa 120 milioni di franchi in meno rispetto a oggi. La crescita delle economie domestiche è già stata presa in considerazione in tale calcolo e non ci saranno entrate aggiuntive legate al canone.



La SSR supera ancora una volta di gran lunga le emittenti private in termini di diritti sportivi, semplicemente perché può offrire più soldi.



I diritti sportivi non sono principalmente una questione di soldi. I programmi della SSR sono molto seguiti in tutte le regioni e vengono allestiti da un'apposita redazione in ogni regione linguistica. È proprio questo l'aspetto importante per gli organizzatori di eventi sportivi e gli sponsor: raggiungere il pubblico nelle varie regioni e garantire visibilità allo sport.



La SSR realizza programmi sportivi che le emittenti private potrebbero allestire con la medesima qualità.



Trasmettere lo sport in TV è un'operazione costosa e complessa a livello di produzione e nell'ambito della quale non è facile rientrare dalle spese sostenute. In media, la pubblicità e le sponsorizzazioni coprono solo il 10-20% dei costi. Solo le grandi aziende di telecomunicazione come Swisscom e Sunrise (o blue e Mysports) hanno le risorse, in termini di personale e infrastrutture, per organizzare programmi sportivi e fornire servizi paragonabili a quelli della SSR, ma le loro offerte sono a pagamento. Rispetto alle emittenti a pagamento, per quanto riguarda la televisione in chiaro è possibile operare solo in base a un modello che prevede l'acquisizione di programmi già pronti per la messa in onda.

