



# Documentazione per i media

## Rapporto “Mantenere la pluralità della stampa”: informazioni su studi scientifici sui media

### **Dott. E. Kradofer / U. Custer / Dott. M. Künzler: Evoluzione economica dei media in Svizzera nel 2000-2010: strutture e prospettive**

#### *Quesiti dello studio:*

Come si è sviluppato il mercato dei media in Svizzera dal 2000? Come si articolano nel tempo le spese sostenute dalle economie domestiche private per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione? Come evolve nel tempo l'utilizzazione dei media? Quali mutazioni ha subito l'offerta della stampa durante lo scorso decennio?

#### *Basi:*

Analisi secondarie di statistiche sui media e di raccolte di dati effettuate da organi ufficiali e dall'economia privata.

#### *Sintesi dei risultati:*

Il settore della stampa è in crisi. Tra il 2001 e il 2009 le entrate pubblicitarie si sono ridotte di un terzo scendendo a 1,9 miliardi di franchi. Rispetto al 2000 e al 2008 le economie domestiche hanno speso un quinto in meno per i prodotti della stampa, mentre sono aumentate le vendite di apparecchi elettronici, in particolare di computer e televisori. Le dieci maggiori imprese multimediali del 2001 che avevano nella stampa il proprio core business, nel 2009 si sono fuse in sette; in questo lasso di tempo il loro fatturato complessivo è calato di un miliardo di franchi, scendendo da 6,9 mld a 5,9 mld. La portata delle versioni online dei principali quotidiani della Svizzera tedesca ha superato nel frattempo quella delle edizioni stampate. Sotto l'effetto congiunto del calo del consumo e della riduzione delle entrate pubblicitarie, il settore della stampa è entrato in una spirale negativa che sta danneggiando soprattutto la stampa a pagamento. È difficile immaginare un arresto di questo sviluppo. Nell'interesse della democrazia del Paese c'è da chiedersi per quanto tempo ancora sarà possibile finanziare un'informazione giornalistica di qualità.

### **IPMZ – Dr. B. Rimscha / Prof. G. Siegert / L. Russi: Il settore svizzero dei media nel 2015: previsioni matematiche e scenari futuri**

#### *Quesiti dello studio:*

Come evolverà nei prossimi anni la domanda del pubblico e dei pubblicitari, le due principali fonti di finanziamento delle imprese mediatiche? Qual è l'influenza del settore online e quali sono le conseguenze del processo di convergenza? Nel 2015, in che modo stampa, radio e televisione e media online potranno difendere la propria posizione economica e quindi la propria funzione all'interno della società?

#### *Basi:*

Previsioni matematiche sulla base di dati secondari; scenari futuri tracciati nel corso di workshop di specialisti.

#### *Sintesi dei risultati:*

Le previsioni matematiche indicano una ripresa generale delle entrate pubblicitarie dopo la crisi del 2008 e del 2009, con la sola eccezione del settore della stampa, in continua perdita nonostante

qualche leggera frenata. Non si arresta il calo delle vendite nel settore dei giornali a pagamento. Il consumo di radio e televisione si manterrà costante, mentre aumenterà quello di Internet – effetti di saturazione permettendo. Le previsioni matematiche fanno dubitare che in futuro gli introiti derivanti da pubblicità e vendita dei giornali saranno sufficienti a finanziare una stampa di qualità; sono assai più probabili scenari futuri poco rosei. Il settore radiotelevisivo, per contro, sembra non aver ancora esaurito il proprio potenziale pubblicitario, e per i prossimi anni si prevede infatti un aumento delle entrate provenienti dalla pubblicità.

Ad eccezione dei rappresentanti di radio e televisione, nessun partecipante ai workshop ha definito un intervento normativo dello Stato decisivo per il futuro del settore dei media nei prossimi cinque anni. È stata ribadita la responsabilità della SSR per la fornitura delle prestazioni mediatiche necessarie alla comunità. In nessuno dei quattro workshop si è attribuito un ruolo determinante alla concentrazione dei media, e nessun partecipante ritiene che il futuro della propria impresa dipenda dalle agevolazioni concesse per la spedizione postale dei giornali. Tale tipo di consegna, del resto, è ritenuto ormai superato.

### **FöG – E. Kamber / Prof. K. Imhof: Concentrazione dei media e pluralità delle opinioni. Pluralità dell'informazione e delle opinioni nella stampa di case editrici crossmediali e con una posizione dominante sul mercato**

#### *Quesiti dello studio:*

Il crescente orientamento del sistema mediatico ai profitti, la crisi mediatica, la concentrazione e la convergenza dei media potrebbero causare un livellamento dei contenuti dei media delle case editrici e limitare la pluralità dei protagonisti e delle opinioni? La questione è stata affrontata in generale con vari esempi tratti dalle principali testate svizzere, e in particolare riferendosi all'informazione prodotta intorno alla crisi libica (rapimento di Max Göldi) e al sistema sanitario. Le regioni nordoccidentale e sudorientale del Paese sono state l'oggetto di un'analisi più approfondita, dal momento che in ciascuna di esse si registra la presenza di un editore dominante sul mercato (rispettivamente *AZ-Medien* e *Südostschweiz Medien*).

#### *Basi:*

Analisi di strutture e contenuti in Argovia e Svizzera sudorientale, due regioni del Paese caratterizzate dal fenomeno della concentrazione. Esame del rapporto tra strutture dell'offerta e delle case editrici e contenuti dei mezzi di informazione.

#### *Sintesi dei risultati:*

- **Svizzera nordoccidentale, AZ Medien:** il *quotidiano* si compone di un'edizione principale (cosiddetto *Mantelzeitung*) cui fanno capo altre piccole sottoedizioni locali (cosiddette *Kopfblätter*). Il focus dell'informazione risiede nella cronaca politica. Alta percentuale di *soft news* a carattere regionale. Ogni redazione riutilizza più volte i propri contributi giornalistici relativi ai diversi ambiti tematici. L'informazione regionale rispetta la varietà dei temi e delle opinioni. La cronaca tende a concentrarsi sui semplici fatti, senza offrire una prospettiva temporale di lungo respiro. Nella *stampa settimanale* la molteplicità di testate non corrisponde ancora a una sufficiente varietà dell'informazione.
- **Svizzera sudorientale, Südostschweiz Medien:** come nella Svizzera nordoccidentale, anche in questa regione il *quotidiano* presenta un'edizione principale corredata da varie sottoedizioni locali. Nella cronaca regionale gli interventi personali sono ridotti al minimo, per lasciare spazio a fatti e singoli avvenimenti quasi privi di contesto. Poca cronaca politica. Riutilizzo relativamente limitato dei propri contributi editoriali: maggiore per cultura, sport e *soft news*, minimo per politica ed economia.
- **Concentrazione dei media:** in entrambe le regioni non sarebbe ipotizzabile la presenza sul mercato di più imprese mediatiche di grandi dimensioni. Anche un sistema di sottoedizioni locali facenti capo a una testata principale può contribuire all'ampia diffusione di un'informazione

plurale. Questo sistema consente anche ai mercati minori di disporre di giornali che informino adeguatamente su cronaca estera e nazionale, economia, cultura e cronaca regionale. Ma: la casa editrice che gode di una posizione dominante sul mercato non deve abusarne per discriminare alcune opinioni e protagonisti.

**SwissGIS – priv. doc dott. W.A. Meier e altri:  
Pluralismo e varietà nella stampa regionale. Effetti della concentrazione e della crisi dei media sulla cronaca locale in alcune regioni della Svizzera**

*Quesiti dello studio:*

A fronte dell'inarrestabile processo di concentrazione dei media, i maggiori giornali regionali sono ancora in grado di offrire ai cittadini quanto necessario nelle democrazie moderne? Fino a che punto i neonati giornali gratuiti, le emittenti radiofoniche e televisive regionali e i media online possono contribuire adeguatamente alla formazione delle opinioni e della volontà democratiche?

*Basi:*

Analisi delle strutture e dei contenuti di 27 quotidiani, *expert interview* con 30 politici della rispettiva regione e 34 giornalisti del rispettivo giornale regionale.

*Sintesi dei risultati:*

- una sola casa editrice con posizione dominante sul mercato rappresenta la regola per ogni regione presa in esame;
- la **cronaca di rilevanza democratica** si limita a presentare acriticamente (ossia senza contesto) i fatti di politica sociale. L'informazione cantonale è completa sebbene venga fornita nei modi più vari. L'obbligo di cronaca viene sacrificato a favore di alcuni temi. Predilezione per le questioni più controverse, forti personalismi, informazione sull'attività degli organi esecutivi in primo piano e stile sempre più vicino a quello dei *tabloid* anche nella cronaca relativa agli organi legislativi;
- **valutazione fornita dai giornalisti:** la mancanza di concorrenza produce effetti negativi. Riduzione del numero delle pagine, tagli ai posti di lavoro, perdita di know how e di qualità sono alcune delle conseguenze delle misure di risparmio adottate. Si lamenta lo stile sempre più da *tabloid* dei propri portali online.
- **valutazione fornita dai politici:** i giornali regionali ricoprono un'importanza centrale, pertanto non sarebbe concepibile una riduzione di qualità, quantità e varietà. Ai giornali mancano risorse. Cresce la dipendenza dai contributi di esterni, ossia l'influenza di agenzie di PR politicizzate. I giornalisti sono giovani, inesperti, privi delle necessarie conoscenze politiche di base e spesso cattivi conoscitori della regione.

**IAM – Dott. des. G. Keel / Prof. V. Wyss e altri:  
Effetti di Internet sulla prassi giornalistica e sulle norme professionali del giornalismo**

*Quesiti dello studio:*

In che modo Internet modifica i valori giornalistici, le norme proprie alla professione, la percezione del ruolo di giornalista, l'organizzazione redazionale e le abitudini dei giornalisti? Come si ripercuotono questi cambiamenti sull'utilizzo di Internet e sulla varietà delle offerte?

*Basi:*

*Expert interview* con 48 redattori di 12 redazioni della Svizzera tedesca e romanda (stampa, online, TV; nessun redattore della SSR), e osservazione diretta delle redazioni.

#### *Sintesi dei risultati:*

- la pressione ad aumentare la produttività e l'anteposizione degli interessi aziendali a quelli editoriali rappresentano una minaccia per la pluralità del giornalismo molto più grande che non la convergenza delle redazioni;
- Internet favorisce solo in parte la pluralità editoriale. Non sono, infatti, tanto i fattori tecnologici quanto semmai quelli economici e sociali e le norme professionali a incidere su di essa;
- la tendenza dei media a riprendere informazioni da altri media è sempre più forte. Ciò dipende sia dal crescere dell'importanza di Internet sia dagli attuali mutamenti in corso (convergenza, crescita dell'offerta online, esigenza di maggiore produttività, conoscenze limitate dei giornalisti). L'autoreferenzialità non porta alla pluralità, bensì ad un'unica interpretazione degli avvenimenti;
- un buon uso di Internet richiede elevate capacità professionali dei giornalisti (ricerca, selezione, valutazione, qualità delle informazioni, critica delle fonti, ecc.), che di fatto mancano. A ciò si aggiunge il fatto che nel settore online lavorano soprattutto redattori con poca esperienza e una formazione insufficiente. La ricerca su Internet fornisce a tutti gli stessi risultati. Per i media ciò che non si trova attraverso Google è come se non fosse mai successo. Puntando l'obiettivo sull'attualità dell'ultima ora si riducono i punti di vista e le opinioni.

### **Ecoplan: Valutazione delle misure di promozione della stampa dal 2008 e modelli alternativi**

#### *Quesiti dello studio:*

Come si presenta l'attuale sistema di sostegno alla stampa e quali obiettivi persegue? Chi beneficia e in quale misura delle attuali agevolazioni? Quali conseguenze avrebbe l'abbandono dell'attuale sistema? Come potrebbe essere migliorato? Quali sono le possibili alternative e quanto valgono?

#### *Basi:*

Valutazioni e stime quantitative sulla base di differenti dati. Interviste qualitative a membri della Posta e dell'Associazione *Stampa Svizzera* e workshop con specialisti.

#### *Sintesi dei risultati:*

La stampa svizzera viene sovvenzionata attraverso due misure indirette: tariffe postali agevolate per la consegna dei giornali locali e regionali e della stampa associativa (per le quali attualmente la Confederazione rimborsa alla Posta 30 milioni di franchi) e riduzione dell'aliquota dell'imposta sul valore aggiunto per i prodotti della stampa (per un totale di 60 milioni di franchi). Tali misure di sostegno indiretto vengono tuttavia ritenute poco efficaci in termini di varietà editoriale e contributo al Paese. Tra le varie proposte avanzate nello studio vi è quella di sovvenzioni alla stampa più mirate e selettive, decise sulla base di criteri ancora da elaborare, e l'abolizione o limitazione delle tariffe postali preferenziali per la stampa associativa. A complemento si potrebbero prevedere misure di sostegno diretto, ad esempio il finanziamento di progetti per la difesa della pluralità delle opinioni.

### **Ulteriori informazioni**

Gli studi sono costati 445 000 franchi in totale, finanziati in buona parte attraverso il credito a disposizione dell'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM) per la ricerca mediatica. Sono tutti pubblicati in Internet. Le parti interessate sono già state invitate ad esprimersi in merito.

Ricerca nel campo dei mass media: contributi e studi 2010

[www.ufcom.admin.ch](http://www.ufcom.admin.ch) > Temi > Radio e televisione > Formazione, ricerca, archivio > Contributi >

Ricerca nel campo dei mass media - Contributi e studi 2010 oppure

[www.ufcom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=it](http://www.ufcom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=it)

Pareri espressi sulla serie di studi

[www.ufcom.admin.ch](http://www.ufcom.admin.ch) > Documentazione > Legislazione > Indagini conoscitive > Indagine conoscitiva sugli studi "Il futuro dei media in Svizzera": pareri > oppure

[www.ufcom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03608/index.html?lang=it](http://www.ufcom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03608/index.html?lang=it)