



## **Scheda informativa sulla situazione dei media e sulle possibili misure di sostegno**

5.12.2014

# **Incessante mutamento strutturale nel settore dei media**

**Il settore dei media attraversa da diversi anni un profondo mutamento strutturale, la cui evoluzione a lungo termine è ancora imprevedibile. Il Consiglio federale ha tuttavia identificato una serie di misure a breve termine che potrebbero mitigarne gli effetti.**

### **Situazione del paesaggio mediatico svizzero**

Gli studi che l'UFCOM ha commissionato nel quadro del rapporto in adempimento della mozione 12.3004 "Garantire le funzioni dei media in termini di politica statale e democratica" illustrano gli sviluppi e le caratteristiche seguenti del paesaggio mediatico svizzero:

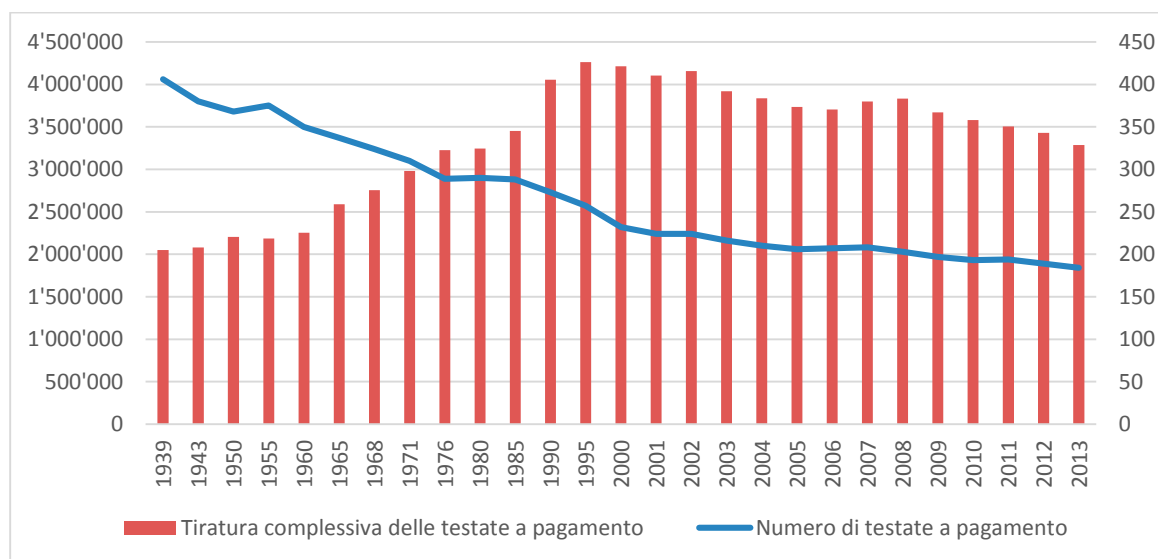
- Nel confronto internazionale, la Svizzera continua a essere uno dei Paesi con la maggiore pluralità mediatica.
- La varietà delle offerta mediatica si scontra con un incessante processo di concentrazione delle imprese mediatiche. Nel settore della carta stampata, il numero delle case editrici indipendenti è in costante calo. La stampa svizzera è dominata da poche grandi case editrici.
- La stampa quotidiana, tradizionalmente forte, è quella che più di tutte subisce la pressione economica. I giornali venduti in edicola e in abbonamento continuano a perdere quote di mercato, dato il calo del numero di lettori e degli introiti pubblicitari. I giornali locali e regionali minori sono sempre più in difficoltà.
- Quest'evoluzione si ripercuote anche sui giornalisti. Le loro condizioni di lavoro si sono inasprite a causa dei tagli al personale e dell'accelerazione della produzione multimediale. La conseguenza è un peggioramento della qualità dei contenuti informativi.
- I giornali gratuiti per pendolari che sono riusciti a restare sul mercato sono invece ormai affermati e riscuotono un certo successo. Rivelatisi un investimento redditizio per i loro editori, rappresentano piattaforme pubblicitarie di vasta portata e dunque economicamente interessanti.
- Nel settore della radiotelevisione, la Svizzera può contare sulla pluralità dell'offerta della SSR, emittente del servizio pubblico prevalentemente finanziata con i proventi del canone.



- Le offerte delle emittenti radiofoniche e televisive private completano il servizio pubblico dei media elettronici a livello locale e regionale. Anch'esse ricevono una consistente quota dei proventi del canone e godono di privilegi in materia di diffusione.
- I media on-line indipendenti faticano ad affermarsi sul mercato. In genere non sono in grado di autofinanziarsi e dipendono dal mecenatismo. Riscuotono invece successo le offerte on-line delle case editrici già affermate e le offerte di imprese che riuniscono e ridiffondono contenuti mediatici di terzi.
- Nella maggior parte dei Cantoni e dei distretti è scomparsa la concorrenza sul piano dell'informazione tra i quotidiani. Solo in due Cantoni (Zurigo e Ticino) persiste un regime di concorrenza imprenditoriale e informativa su tutto il territorio cantonale.

Come emerge dal grafico seguente, da tempo è in calo il numero delle testate giornalistiche a pagamento. Se alla fine degli anni '30 del secolo scorso in Svizzera vi erano ancora circa 400 giornali indipendenti a pagamento, nell'arco di settant'anni questa cifra si è pressoché dimezzata.

**Figura 1: Numero delle testate giornalistiche e tiratura dei giornali a pagamento 1939–2013**



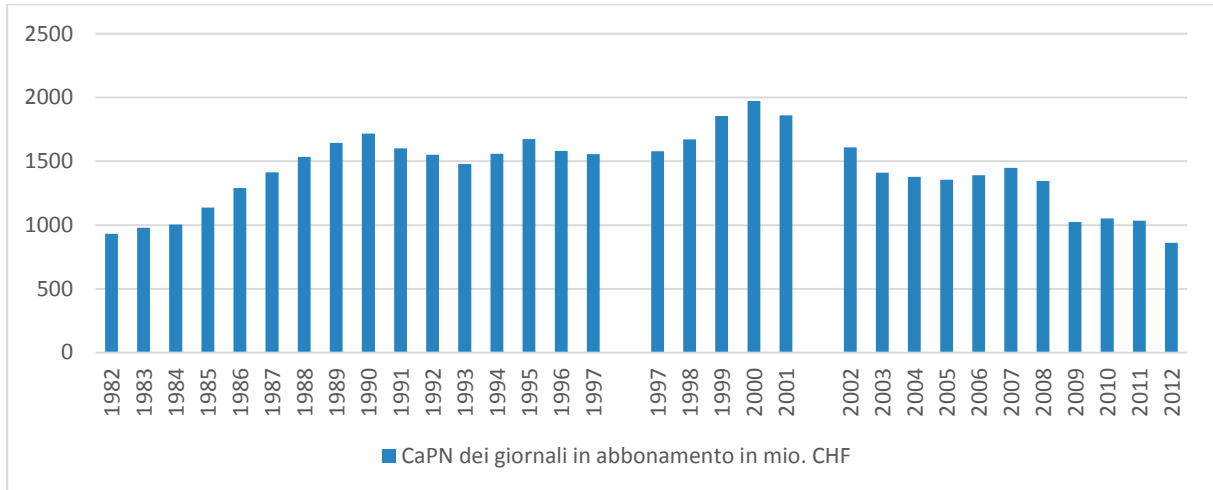
Fonte: Università di Friburgo (Svizzera) 2014

Come si può osservare nella figura seguente, l'evoluzione delle cifre d'affari pubblicitarie nette (CaPN) dei giornali in abbonamento in Svizzera evidenzia una tendenza in calo.<sup>1</sup> Sia per quanto riguarda la tiratura complessiva, sia per le cifre d'affari pubblicitarie nette i giornali venduti in abbonamento e in edicola hanno raggiunto il picco al volgere del millennio, e da allora sono in costante diminuzione. Sono in particolare gli annunci, le offerte immobiliari e d'impiego a essere migrati su Internet.

<sup>1</sup> Dato che i metodi di rilevamento sono cambiati nel corso degli anni, i dati delle cifre d'affari pubblicitarie nette 1982–1997, 1997–2001 e 2002–2012 non sono direttamente comparabili, e pertanto nella figura sono separati da uno spazio.



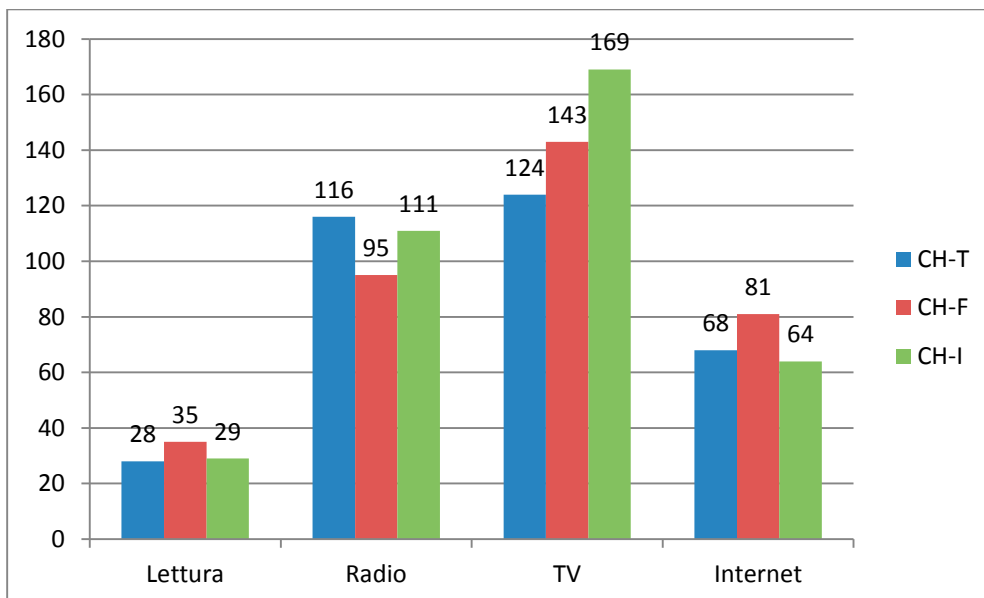
**Figura 2: Cifra d'affari pubblicitaria netta (CaPN) dei giornali in abbonamento (1982–2012)**



Fonte: Università di Friburgo (Svizzera) 2014

Se si confronta la quota del tempo che la popolazione in Svizzera riserva alla lettura al tempo dedicato alla fruizione dei media elettronici, emerge che più del 90 per cento del tempo a disposizione è destinato ai media elettronici (radio, TV, Internet).

**Figura 3: Fruizione dei vari media in minuti (2013)**



Fonte: Rapporto annuale Mediapulse 2013



## Possibili misure di sostegno a breve termine

Gli effetti dei mutamenti strutturali potrebbero, seppur in misura limitata, essere attenuati ricorrendo a una serie di misure già esistenti o attuabili a breve termine:

- *Mantenimento del sostegno indiretto alla stampa:*  
Per non aumentare la pressione sulla stampa, la riduzione sui prezzi per la distribuzione di giornali e periodici dovrebbe per il momento essere mantenuta (sostegno indiretto alla stampa).
- *Riduzione dell'IVA al 2,5 per cento estesa ai media on-line:*  
Nessuna ragione giustifica la disparità di trattamento tra la stampa, la radio e la televisione da un lato e i media on-line dall'altro. Contenuti simili dovrebbero essere trattati in modo identico indipendentemente dal canale di diffusione. Di conseguenza, per principio anche i media on line potrebbero beneficiare della riduzione dell'aliquota IVA.
- *Sostegno finanziario al servizio di base dell'ats in lingua italiana e francese per un periodo di tempo limitato:*  
Grazie alla sua presenza nelle tre regioni linguistiche e ad un'intensa collaborazione fra le tre redazioni linguistiche, l'ats favorisce e nel contempo garantisce lo scambio regolare delle informazioni tra le varie regioni del Paese. Con le sue prestazioni, crea un equilibrio tra mercati di dimensioni diverse e fornisce un importante contributo alla coesione nazionale. Per procurarsi le informazioni i media dipendono dai comunicati dell'ats.
- *Ampliamento del sostegno alla formazione e al perfezionamento degli operatori dei media:*  
Una formazione solida e corsi di perfezionamento a cadenza regolare permettono senza dubbio di aumentare e mantenere alta la qualità del giornalismo.
- *Sostegno tramite la Commissione per la tecnologia e l'innovazione (CTI):*  
Il settore dei media dovrebbe approfittare maggiormente delle opportunità di sostegno ai progetti offerte dalla Commissione per la tecnologia e l'innovazione (CTI)

## Prospettiva

A medio e lungo termine è opportuno condurre un dibattito sulla definizione di servizio pubblico nel settore dei media (cfr. postulato 14.3298 "Rapporto relativo alle prestazioni del servizio pubblico della SSR" della Commissione dei trasporti e delle telecomunicazioni). Su questa base, e tenuto conto delle successive evoluzioni nel settore dei media, sarà possibile esaminare il sostegno ai media on-line.