

Argomentario

Campagna informativa sull'iniziativa "200 Franchi bastano!"

"Memoria strategica" – Dossier sull'importanza del servizio pubblico radiotelevisivo svizzero e sull'impatto dell'iniziativa "200 franchi bastano!"

Sommario

Parte I – Introduzione generale, contesto politico e valore del servizio pubblico	4
1. La posta in gioco politica e culturale	4
2. L'eredità del servizio pubblico	5
3. La logica dell'iniziativa: un falso risparmio	5
4. Il contesto mediatico e le sfide del presente	6
5. Il valore costituzionale del pluralismo linguistico	6
6. Il futuro digitale del servizio pubblico	6
Parte II – Impatto economico, culturale e sociale. L'argomentario razionale e va- loriale	9
7. Il peso economico e sociale della RSI nella Svizzera italiana ¹	9
8. Gli effetti concreti dell'iniziativa	9
1. Tagli strutturali e perdita di posti di lavoro qualificati	9
2. Centralizzazione delle produzioni.....	9
3. Indebolimento del pluralismo linguistico	10
4. Erosione della qualità e della missione culturale.....	10
5. Impoverimento del tessuto sociale e culturale.....	10
6. Perdita della copertura sportiva e dei grandi eventi	10
9. L'argomentario razionale: dieci punti per difendere il servizio pubblico	10
1. Il canone non è una tassa, ma una quota di cittadinanza.....	10
2. Il servizio pubblico assicura il pluralismo linguistico.....	10
3. La RSI è un presidio economico e culturale	10
4. La SSR non è un monopolio, ma un contrappeso.....	11
5. Il servizio pubblico garantisce indipendenza	11
6. La qualità ha un costo, ma la disinformazione costa di più	11
7. Il servizio pubblico sostiene la cultura e lo sport.....	11
8. La RSI forma competenze.....	11
9. La coesione sociale si costruisce anche con i media	11
10. Senza servizio pubblico non c'è fiducia democratica	11
10. L'argomentario valoriale: identità, pluralismo, solidarietà	11

Identità	11
Pluralismo.....	12
Solidarietà	12
11. Narrazione e linguaggio: il servizio pubblico come bene comune	12
 Parte III – Strategia di comunicazione, mobilitazione e conclusioni operative	 13
12. Strategia di comunicazione e mobilitazione.....	13
13. Ipotetiche fasi della campagna	13
14. Tono, coerenza e linguaggio	13
15. Coinvolgimento e alleanze	14
16. La comunicazione interna e il coordinamento operativo	14
17. Il ruolo della RSI e della SSR.CORSI	15
18. Le parole chiave della mobilitazione	15
19. Gli slogan guida	15
20. Prospettiva a lungo termine	16
21. Conclusioni.....	16

Parte I – Introduzione generale, contesto politico e valore del servizio pubblico

L'iniziativa popolare «200 Franchi bastano!», lanciata nel 2023 dal gruppo *No Billag 2.0* e sostenuta da forze politiche che da tempo mirano a ridurre il perimetro d'azione dello Stato, chiede di abbassare il canone radiotelevisivo obbligatorio dagli attuali 335 franchi a 200 franchi all'anno per nucleo domestico. Nel frattempo un'Ordinanza del Consiglio federale del giugno 2024 ne ha già disposto la riduzione a 300 franchi entro il 2029 con una conseguente diminuzione del budget per SSR pari a 270 milioni di franchi: 120 milioni provenienti dall'economia domestica e dall'esenzione di un'ulteriore fetta di azienda (con l'innalzamento per la soglia dell'applicabilità del canone alle aziende da CHF 500'000 a 1'200'000), 90 milioni di calo degli introiti pubblicitari e ulteriori 60 milioni di mancato riconoscimento del rincaro, applicato, tra l'altro, anche retroattivamente per quanto riconosciuto in passato.

Il testo dell'iniziativa prevede inoltre una limitazione rigida del finanziamento pubblico alle imprese mediatiche, restringendo così il margine di manovra della SSR e delle sue unità regionali.

Dietro l'apparente semplicità di questa proposta si nasconde una trasformazione profonda e potenzialmente irreversibile del sistema mediatico svizzero: la perdita della capacità di garantire informazione indipendente, coesione linguistica e rappresentanza equilibrata tra le regioni.

L'iniziativa, se approvata, non colpirebbe solo la SSR come azienda, ma l'idea stessa di servizio pubblico radiotelevisivo, minando uno dei pilastri che hanno assicurato stabilità e unità alla Svizzera plurilingue. In un'epoca segnata da frammentazione sociale, polarizzazione digitale e declino della fiducia nei media, la radiotelevisione pubblica resta una delle poche istituzioni che uniscono cittadini di diverse origini, età e culture. Essa garantisce che tutti – indipendentemente dal reddito o dal luogo di residenza – possano accedere a un'informazione di qualità, verificata e non dettata dal mercato.

*Ogni giorno migliaia di persone – dal Vallese al Ticino, da Sciaffusa a Ginevra e così in ogni Cantone della Svizzera – accendono la radio o lo smartphone per ascoltare il giornale radio nella propria lingua. Una famiglia ticinese controlla il bollettino meteo in italiano prima di uscire per il lavoro; un anziano nei Grigioni di lingua romancia trova nella voce della sua emittente locale un legame con la comunità; una giovane apprendista della RSI racconta per la prima volta una festa di paese. Sono situazioni semplici, addirittura banali, ma è in questi gesti che vive il senso del servizio pubblico: **informare, unire, dare voce**.*

Per questo motivo, la campagna contro l'iniziativa «200 Franchi bastano!» non può limitarsi a un discorso tecnico sul canone: è una battaglia culturale e civile per la salvaguardia di un modello di democrazia condivisa.

1. La posta in gioco politica e culturale

La SSR e le sue unità – SRF, RTS, RSI e RTR – incarnano il principio di solidarietà linguistica, territoriale e del federalismo culturale sancito dalla Costituzione federale. La riduzione del canone metterebbe in crisi proprio questo principio. Una Svizzera dove i media sono concentrati nell'area tedescofona, mentre le regioni minoritarie sopravvivono con risorse residuali, cesserebbe di essere quella costruita nel secondo dopoguerra: una Confederazione delle diversità, tenuta insieme da equilibrio e reciprocità. Il problema non è solo quantitativo. Tagliare il finanziamento significherebbe tagliare la possibilità stessa di un'informazione indipendente. Le emittenti pubbliche, senza risorse adeguate, sarebbero costrette a ridurre la produzione giornalistica autonoma e a dipendere sempre più da contenuti esterni.

privati o internazionali. La conseguenza: una Svizzera più povera di voci, più esposta alla disinformazione e più vulnerabile ai poteri economici. Soprattutto, rischierebbe di consegnare il compito dell'informazione e della divulgazione ai grandi gruppi globali, piattaforme e conglomerati mediatici che rispondono esclusivamente a logiche commerciali e algoritmiche.

In un simile scenario, la coesione nazionale, il pluralismo linguistico e la rappresentanza delle realtà locali verrebbero progressivamente erose, lasciando spazio a un flusso informativo omologato, polarizzato e privo di radici democratiche.

2. L'eredità del servizio pubblico

Il servizio pubblico radiotelevisivo svizzero è nato come strumento di coesione nazionale. In una nazione con quattro lingue ufficiali, la radio e la televisione pubbliche hanno svolto per decenni un ruolo di "collante federale". Hanno permesso a regioni distanti e culture diverse di conoscersi, confrontarsi e sentirsi parte di un'unica comunità democratica.

Un contadino del Giura e uno studente ticinese hanno potuto guardare lo stesso documentario e riconoscersi in un racconto comune. La SRF, la RTS, la RSI e la RTR non sono solo sigle: sono finestre che collegano valli e città, lingue e generazioni, in un dialogo quotidiano che costruisce la Svizzera.

La RSI, in particolare, ha dato alla lingua italiana in Svizzera una presenza stabile e autorevole, trasformandola da idioma minoritario in vettore di cultura nazionale.

Non è un caso che il servizio pubblico sia stato sempre difeso dai grandi atti federali: dalla Costituzione, garante della sua indipendenza, alle concessioni periodiche rilasciate dal Consiglio federale, che ne definiscono il mandato culturale, educativo e informativo.

Il suo scopo non è solo "trasmettere programmi", ma contribuire alla libera formazione delle opinioni, al rafforzamento della democrazia diretta e al rispetto delle minoranze linguistiche. Senza la SSR e le sue articolazioni regionali, la Svizzera non sarebbe in grado di rappresentare se stessa nella pluralità delle sue voci.

3. La logica dell'iniziativa: un falso risparmio

Il messaggio dei promotori è semplice e ingannevole: "paghi troppo, ti offrono troppo poco". È la retorica tipica di ogni offensiva contro il bene pubblico: ridurre la complessità a un problema di costo. Ma il canone non è una tassa di consumo: è una forma di partecipazione collettiva a un'infrastruttura democratica.

La sua riduzione a 200 franchi comporterebbe tagli per oltre 700 milioni di franchi all'anno. Nessuna azienda, neppure la SSR, potrebbe sopravvivere a un simile *choc* senza sacrificare qualità, indipendenza e pluralismo. La stessa analisi del Consiglio federale (rapporto 2024) riconosce che una simile misura "minerebbe la capacità della SSR di adempiere al proprio mandato costituzionale".

Gli effetti concreti sarebbero la soppressione di canali tematici, la chiusura di studi regionali, l'abbandono di coproduzioni culturali e una drastica riduzione della produzione originale nelle lingue minoritarie. E quel che viene presentato come un risparmio, in realtà, si tradurrebbe in un costo aggiuntivo per i cittadini: venendo meno l'accesso a servizi culturali, sportivi e informativi oggi inclusi nel canone, le famiglie sarebbero spinte verso abbonamenti privati – a piattaforme globali di intrattenimento, sport o informazione – pagando di più per ricevere di meno. L'illusione del risparmio

individuale – poco più di due franchi a settimana – si pagherebbe dunque con la perdita di un bene collettivo: la voce indipendente della Svizzera.

4. Il contesto mediatico e le sfide del presente

La crisi del sistema dei media non è una prerogativa svizzera. In tutta Europa i modelli di finanziamento pubblico sono sotto attacco, spesso da parte di movimenti populistici che sfruttano l'insoddisfazione verso le istituzioni. La digitalizzazione ha frammentato il pubblico, ridotto i ricavi pubblicitari e favorito piattaforme globali che non reinvestono nel territorio. In questo scenario, il servizio pubblico indipendente è più necessario che mai: rappresenta, con i media privati indipendenti, l'ultimo spazio di informazione non determinato dagli algoritmi, dagli interessi commerciali o dalle ideologie di parte.

La SSR, con la sua rete di 17 studi regionali e le sue quattro unità linguistiche, è una delle poche istituzioni che incarnano davvero la diversità del Paese. Ogni giorno raggiunge oltre il 70% della popolazione con programmi in radio, televisione e *online*, offrendo notizie, approfondimenti, cultura, sport, musica e *fiction*. Nessun altro attore privato potrebbe sostituirne il ruolo, né in termini di copertura, né di affidabilità.

In un contesto dominato da *fake news*, manipolazioni e polarizzazione digitale, il servizio pubblico resta un presidio di verifica e di fiducia. Le analisi del Reuters Institute (2024) confermano che la SSR è tra le emittenti più credibili d'Europa: l'80% degli utenti svizzeri la considera fonte attendibile.

Distruggere questa fiducia per inseguire un risparmio simbolico sarebbe un errore storico.

5. Il valore costituzionale del pluralismo linguistico

La Costituzione federale riconosce le quattro lingue nazionali non come un ornamento, ma come principio fondativo della Confederazione. Il pluralismo linguistico è dunque un atto politico, non una curiosità folkloristica.

La SSR, attraverso le sue unità regionali, è lo strumento che rende concreto questo principio. Senza un finanziamento solidale, il pluralismo diventerebbe lettera morta.

Nel 2024 la RSI ha ricevuto il 20% delle risorse complessive della SSR, a fronte di una popolazione che rappresenta meno del 5% del totale nazionale. Questa "perequazione linguistica" non è un privilegio, ma una forma di federalismo linguistico e culturale: garantire pari accesso alla cultura e all'informazione in tutte le lingue ufficiali. Ridurre il canone significherebbe ridurre questa perequazione. La Svizzera di lingua italiana, già penalizzata sul piano infrastrutturale e politico, vedrebbe diminuire la propria visibilità culturale e simbolica nel Paese.

La RSI non è solo un'azienda di media: è una delle principali istituzioni della Svizzera italiana, paragonabile per importanza all'USI o alla SUPSI e ad altri Istituti di ricerca di rinomanza internazionale. Senza di essa, il Canton Ticino e i Grigioni italiani perderebbero un attore culturale, educativo ed economico di primo piano.

6. Il futuro digitale del servizio pubblico

Il servizio pubblico radiotelevisivo non è un'istituzione del passato, ma un attore del futuro. La sfida che attende la SSR e la RSI non è soltanto economica o linguistica: è tecnologica, culturale e democratica.

In un mondo dominato da piattaforme globali, algoritmi opachi e flussi informativi incontrollati, il servizio pubblico rappresenta la garanzia che l'innovazione resti al servizio delle persone.

L'obiettivo non è competere con i giganti del *web*, ma offrire un modello diverso: un ecosistema digitale pubblico, aperto e trasparente, dove i cittadini non siano solo utenti ma partecipanti.

Negli ultimi anni la SSR ha già avviato una profonda trasformazione:

- sviluppo di piattaforme digitali *on demand* come Play RSI e Play Suisse, che rendono i contenuti accessibili ovunque, in tutte le lingue;
- potenziamento di *podcast*, formati brevi e contenuti social per coinvolgere le nuove generazioni;
- investimenti nell'alfabetizzazione mediatica e nei laboratori di innovazione giornalistica;
- sperimentazione di strumenti di intelligenza artificiale pubblica, destinati a migliorare la qualità informativa senza cedere il controllo dei dati a soggetti privati.

Questa evoluzione mostra che la RSI non difende un modello del passato, ma costruisce una nuova cittadinanza digitale: libera, plurale e responsabile. Difendere il servizio pubblico oggi significa difendere il diritto di tutti a un futuro digitale etico, dove la tecnologia non sostituisce la voce umana, ma la amplifica con rispetto e trasparenza.

Parte II – Impatto economico, culturale e sociale. L'argomentario razionale e valoriale**7. Il peso economico e sociale della RSI nella Svizzera italiana¹**

Il servizio pubblico radiotelevisivo non è un costo, ma un investimento nel capitale umano, culturale e territoriale.

Nella Svizzera italiana, la RSI rappresenta un motore economico che genera valore ben oltre il proprio bilancio aziendale. Secondo i dati BAK Economics (2024), l'attività della RSI produce 205 milioni di franchi di valore aggiunto lordo ogni anno e garantisce oltre 1'400 posti di lavoro diretti e indiretti.

La sola catena delle forniture e dei servizi coinvolge 861 imprese locali, con una media di 67 milioni di franchi di ricaduta sul territorio. Ogni franco investito nel servizio pubblico radiotelevisivo genera 1,53 franchi di valore economico complessivo per la Svizzera italiana.

Dietro queste cifre ci sono persone: una troupe che documenta la vita di un borgo di montagna, un tecnico che forma apprendisti nel nuovo studio digitale, una piccola impresa grafica di Bellinzona che lavora alla post-produzione di una trasmissione. Il servizio pubblico non è un bilancio: è un ecosistema umano e creativo che restituisce valore e opportunità al territorio.

Questi numeri spiegano meglio di qualsiasi slogan che tagliare la RSI significherebbe danneggiare non solo un'azienda, ma l'intero ecosistema economico e creativo della regione.

La RSI svolge inoltre una funzione di catalizzatore culturale e formativo. Sostiene festival cinematografici, rassegne teatrali, orchestre e progetti scolastici; collabora con la SUPSI, l'USI, le scuole professionali e università federali; ospita apprendisti, stagisti e giovani giornalisti; diffonde innovazione tecnologica e linguistica.

Nel solo 2023, la RSI ha investito oltre 10 milioni di franchi nella produzione culturale e nel sostegno alle arti, contribuendo a film, documentari, musica, teatro e letteratura. Ridurre queste risorse significherebbe spegnere un motore di conoscenza e di coesione sociale.

Ogni licenziamento alla RSI, ogni programma cancellato, ogni evento non trasmesso produrrebbe un danno sistemico: meno formazione, meno opportunità per i giovani, meno pluralismo per i cittadini.

8. Gli effetti concreti dell'iniziativa

L'iniziativa "200 Franchi bastano!" avrebbe conseguenze devastanti e irreversibili.

1) Tagli strutturali e perdita di posti di lavoro qualificati

La SSR dovrebbe ridurre del 50% il proprio budget complessivo. Per la RSI, significherebbe una perdita stimata di oltre 550 impieghi equivalenti a tempo pieno, colpendo non solo giornalisti e tecnici, ma anche artigiani, artisti, fornitori e liberi professionisti.

2) Centralizzazione delle produzioni

Gli studi regionali verrebbero ridotti o chiusi, concentrando la produzione nelle sedi principali della Svizzera tedesca. Ciò comporterebbe una progressiva marginalizzazione della Svizzera italiana nel panorama mediatico nazionale.

3) Indebolimento del pluralismo linguistico

L'italiano perderebbe peso e visibilità nella produzione mediatica nazionale, favorendo un monolinguisma *de facto* che contraddice lo spirito della Confederazione.

4) Erosione della qualità e della missione culturale

Con meno risorse, la RSI sarebbe costretta a privilegiare programmi commerciali e di intrattenimento, riducendo informazione, documentari, approfondimenti, programmi culturali e spazi per il dibattito democratico.

5) Impoverimento del tessuto sociale e culturale

Senza un media di prossimità, le realtà locali – teatri, scuole, associazioni, artisti, istituzioni scientifiche – perderebbero un interlocutore e una vetrina. La Svizzera italiana rischierebbe di diventare una periferia simbolica, priva di visibilità e di peso nel discorso nazionale.

6) Perdita della copertura sportiva e dei grandi eventi

La riduzione delle risorse metterebbe a rischio la trasmissione di eventi sportivi nazionali e internazionali, inclusi quelli che rappresentano momenti di coesione e orgoglio collettivo: dalle partite della Nazionale alle competizioni olimpiche, dagli sport popolari come calcio, hockey e sci alle discipline minori che oggi trovano spazio solo grazie al servizio pubblico. Senza a SSR e la RSI, la copertura sportiva verrebbe affidata a piattaforme a pagamento, con conseguente perdita di accesso gratuito e universale a contenuti che uniscono generazioni e regioni del Paese. Anche la promozione dello sport giovanile e delle realtà locali, sostenuta dalle redazioni regionali, subirebbe un grave ridimensionamento.

Queste non sono ipotesi astratte. La riduzione del canone in altri Paesi (ad esempio in Danimarca e in Belgio) ha già portato a una contrazione drastica della produzione pubblica e alla perdita di contenuti culturali in lingua minoritaria.

Una volta smantellato il sistema, non è possibile ricostruirlo: la fiducia, la professionalità e la rete di competenze non si improvvisano.

9. L'argomentario razionale: dieci punti per difendere il servizio pubblico

La campagna dovrà basarsi su un'argomentazione solida, coerente e facilmente trasmissibile.

Dieci punti chiave sintetizzano la logica razionale della difesa del servizio pubblico:

1) *Il canone non è una tassa, ma una quota di cittadinanza*

È il modo con cui ogni nucleo familiare e le imprese contribuiscono a garantire un bene collettivo: l'informazione indipendente e accessibile a tutti.

2) *Il servizio pubblico assicura il pluralismo linguistico*

In un Paese con quattro lingue, la solidarietà finanziaria tra regioni è condizione di uguaglianza e coesione.

3) *La RSI è un presidio economico e culturale*

Genera valore, occupazione e innovazione. Tagliarla significa indebolire il tessuto sociale e produttivo del Ticino.

4) *La SSR non è un monopolio, ma un contrappeso*

In un mercato dominato da giganti globali, rappresenta l'unico soggetto capace di produrre contenuti svizzeri, radicati e verificabili.

5) *Il servizio pubblico garantisce indipendenza*

L'informazione finanziata da tutti non dipende né dalla pubblicità né da interessi privati. È il presupposto per una democrazia sana.

6) *La qualità ha un costo, ma la disinformazione costa di più*

Ogni franco investito in giornalismo professionale evita il dilagare di manipolazioni, *fake news* e populismo.

7) *Il servizio pubblico sostiene la cultura e lo sport*

Senza la RSI, la musica, il teatro, il cinema e la letteratura svizzera perderebbero visibilità, pubblico e risorse.

Lo stesso vale per lo sport: le grandi manifestazioni e le competizioni nazionali non sarebbero più accessibili gratuitamente a tutti, ma riservate a piattaforme a pagamento.

RSI e SSR garantiscono invece una copertura equa e pluralista, promuovono le discipline minori, raccontano le storie degli atleti e dei club locali, dando voce a una parte viva e condivisa della nostra identità collettiva.

8) *La RSI forma competenze*

È un laboratorio per giovani professionisti, tecnici, registi, autori e giornalisti: un bene formativo oltre che informativo.

9) *La coesione sociale si costruisce anche con i media*

La RSI è luogo di incontro tra generazioni e regioni, un ponte che tiene unito il Paese.

10) *Senza servizio pubblico non c'è fiducia democratica*

La libertà d'opinione presuppone un'informazione comune e verificata: ciò che l'iniziativa distruggerebbe.

Questi punti dovrebbero essere alla base di ogni intervento pubblico, comunicato, articolo o incontro. Non si tratta di difendere un'azienda, ma di salvaguardare un'idea di Paese.

10. L'argomentario valoriale: identità, pluralismo, solidarietà

Se la ragione convince, i valori mobilitano. La campagna non può ridursi a una difesa tecnica: deve suscitare empatia, orgoglio e senso di appartenenza. Il servizio pubblico è un progetto di convivenza, non un prodotto di mercato. Va raccontato attraverso le sue storie, le sue voci, le sue persone.

Identità

Ogni volta che una nonna e un nipote guardano insieme una trasmissione in italiano, la Svizzera italiana rinnova la propria voce.

La RSI è la voce della Svizzera italiana, la sua memoria, il suo specchio. Nei decenni ha raccontato guerre, catastrofi, conquiste scientifiche, trasformazioni sociali, ma anche la vita quotidiana, le feste di paese, i dialetti, i volti anonimi. È attraverso questa narrazione condivisa che si costruisce un'identità collettiva. Senza RSI, la Svizzera italiana non solo sarebbe meno rappresentata, ma anche meno consapevole di sé.

Pluralismo

Quando un servizio della RSI racconta in tedesco un progetto nato nel Locarnese, la diversità diventa conoscenza reciproca.

Il pluralismo non nasce spontaneamente: va sostenuto. Ogni lingua, ogni territorio, ogni comunità ha bisogno di uno spazio per esprimersi. L'informazione privata tende a concentrare risorse e interessi. Il servizio pubblico, al contrario, redistribuisce visibilità e dignità. È l'unico modello che consente a tutte le voci – anche le più piccole – di essere ascoltate.

Solidarietà

Un cittadino di Zurigo che contribuisce al canone sostiene la voce romancia di una valle che forse non visiterà mai, ma che è parte della stessa comunità nazionale.

Pagare il canone significa partecipare a un patto di solidarietà. I cittadini di Zurigo contribuiscono a mantenere la voce della Svizzera italiana, come i ticinesi sostengono quella romancia o francofona. Questa è la logica federale in azione: non la somma di interessi, ma una comunità di destino.

11. Narrazione e linguaggio: il servizio pubblico come bene comune

Nel dibattito pubblico, la comunicazione dovrà evitare il linguaggio della difesa corporativa.

Non "salviamo la RSI", ma "difendiamo il diritto di tutti a essere informati".

Non "paghiamo per loro", ma "investiamo in noi".

Ogni parola dovrebbe restituire la dimensione collettiva del servizio pubblico.

Tre principi per guidare la narrazione:

- **empatia**: parlare delle persone, non delle strutture; mostrare chi beneficia del servizio pubblico, con volti e storie concrete;
- **concretezza**: evitare astrazioni; spiegare con esempi tangibili: "Senza RSI, niente Meteo in italiano, niente documentari sulla Svizzera italiana, niente dialetto, niente musica locale.";
- **inclusività**: evitare la contrapposizione "noi contro loro"; parlare di una Svizzera plurale, dove nessuno resta escluso.

L'obiettivo non è vincere un dibattito, ma ricostruire consenso e fiducia intorno al servizio pubblico.

Parte III – Strategia di comunicazione, mobilitazione e conclusioni operative

12. Strategia di comunicazione e mobilitazione

La battaglia contro l'iniziativa «200 Franchi bastano!» si vincerà grazie alla capacità di tradurre i fatti in un racconto civile. Il messaggio deve essere chiaro: il servizio pubblico non è un lusso, ma una garanzia di libertà. Ogni franco del canone è un investimento in coesione, indipendenza e cultura. Chi vuole ridurlo, riduce il Paese stesso.

Per essere efficace, la campagna dovrà basarsi su una comunicazione strategica integrata, capace di unire razionalità e coinvolgimento emotivo, informazione e partecipazione. Essa dovrà parlare ai cittadini, non dei cittadini: non difendere un apparato, ma valorizzare un'esperienza condivisa.

13. Ipotetiche fasi della campagna

Fase informativa

Chiarire i contenuti dell'iniziativa e i suoi effetti reali; spiegare in modo chiaro, attraverso grafici, schede e interviste, cosa significa tagliare il canone: meno programmi, meno lingua italiana, meno lavoro, meno cultura. In questa fase è cruciale l'intervento degli esperti, delle associazioni professionali e dei media locali.

Fase valoriale

Ricostruire consenso intorno ai valori del servizio pubblico, pluralismo, solidarietà, fiducia. Bisogna restituire il senso di appartenenza (quasi orgogliosa), ricordando che la SSR non è "loro", ma "nostra". Questa fase dovrebbe mobilitare *testimonial*, associazioni, Comuni, artisti, Università e cittadini. La comunicazione dovrà farsi più calda, più empatica, più narrativa.

Fase civica e mobilitazione finale

Trasformare la consapevolezza in partecipazione attiva. Ogni messaggio dovrà diventare, nonostante le raccomandazioni di massima prudenza pervenute dai servizi centrali, un invito chiaro a votare per difendere la voce della Svizzera. La campagna dovrà parlare di libertà e responsabilità: «Il servizio pubblico appartiene a chi lo difende».

14. Tono, coerenza e linguaggio

L'efficacia del messaggio dipende dalla credibilità di chi lo porta. Tutti i portavoce, interni ed esterni, dovrebbero usare un linguaggio sobrio, concreto e rispettoso. Non bisogna rispondere con ironia aggressiva o sarcasmo: l'ironia deve essere intelligente, mai divisiva. Ogni dichiarazione dovrebbe rafforzare la percezione che la difesa del servizio pubblico è una causa collettiva, non un privilegio corporativo.

Alcuni principi fondamentali:

- **evitare il gergo tecnico:** i concetti di "missione", "concessione" o "quota pubblicitaria" ecc. vanno tradotti in parole semplici; parlare di fiducia, pluralità, lingua, coesione;

- **non contrapporsi frontalmente ai promotori dell'iniziativa:** la strategia non è la polemica, ma la ricomposizione; non si tratta di "noi contro loro", ma di "noi tutti contro la perdita di una voce comune";
- **usare esempi concreti e quotidiani:** far capire che RSI significa informazione durante le emergenze, documentari sulla vita locale, musica dal vivo, trasmissioni per anziani, sport locale ecc.
- **sottolineare la dimensione federale:** la Svizzera funziona perché ogni regione conta; tagliare il canone significa tagliare la democrazia federale;
- **mostrare fiducia e visione:** la campagna non deve difendere il passato, ma un futuro condiviso; *«Non difendiamo la RSI di ieri, costruiamo la Svizzera che vogliamo domani.»*

15. Coinvolgimento e alleanze

Nessuna campagna civica può riuscire senza una rete di alleanze ampie e credibili.

La difesa del servizio pubblico dovrebbe unire persone e istituzioni di orientamenti diversi:

- le istituzioni locali e i comuni;
- le associazioni culturali e civiche;
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i sindacati e le organizzazioni professionali;
- le chiese e le comunità religiose;
- i media indipendenti e le piattaforme associative.

Ogni soggetto può contribuire in modo specifico, proponendo momenti di riflessione civica, promuovendo eventi e testimonianze, organizzando dibattiti pubblici, diffondendo materiali divulgativi.

La SSR.CORSI dovrà assumere un ruolo di coordinamento e facilitazione, offrendo materiali comuni, schede informative, grafici e strumenti digitali.

La parola chiave è coerenza: ogni voce, pur diversa nello stile, dovrà essere unita nel messaggio.

16. La comunicazione interna e il coordinamento operativo

La coerenza tra le varie componenti della campagna – personale RSI, gruppi di azione, comitati, associazioni partner – è condizione essenziale di credibilità.

Principi dovrebbero guidare la comunicazione interna:

- **un messaggio comune:** tutti devono poter rispondere alle stesse domande con argomenti coerenti; a tale scopo, la diffusione di "schede argomentative" e "FAQ interne" è importante;
- **condivisione rapida delle informazioni:** ogni notizia di rilievo (articolo, dichiarazione politica, intervento pubblico) deve essere condivisa in tempi brevi; l'obiettivo è evitare risposte sconordinate o sovrapposte;
- **rispetto dei ruoli e dei toni:** i portavoce ufficiali rappresentano la linea comune; eventuali gruppi locali contribuiscono con iniziative autonome ma coerenti, tutti comunicano con sobrietà,

evitando toni polemici o personalistici.

La campagna dovrebbe essere un modello di responsabilità comunicativa: trasparente, partecipata, inclusiva. Più sarà sobria e argomentata, più sarà credibile agli occhi dell'opinione pubblica.

17. Il ruolo della RSI e della CORSI

La RSI e la SSR.CORSI non devono apparire come soggetti "autodifensivi", ma come garanti di una missione collettiva. La RSI, come ha fatto finora in modo encomiabile, deve continuare a lavorare con professionalità e misura, offrendo la qualità che legittima la sua esistenza. La SSR.CORSI, come cooperativa di servizio pubblico, deve assumere la *leadership* culturale e civica della campagna, favorendo alleanze, elaborando contenuti e proponendo momenti di confronto pubblico.

In parallelo, la collaborazione con partner come le associazioni del territorio potrà ampliare la portata del messaggio. La forza della campagna sarà nella trasversalità: unire le generazioni, i settori, le sensibilità politiche.

18. Le parole chiave della mobilitazione

Ogni campagna efficace si fonda su poche parole giuste.

Nel nostro caso, le parole chiave devono essere:

- **Pluralità** – perché la Svizzera vive di differenze, non di uniformità;
- **Solidarietà** – perché il servizio pubblico è un patto tra regioni e generazioni;
- **Indipendenza** – perché l'informazione libera è un bene comune;
- **Lingua** – perché ogni lingua è una visione del mondo, e l'italiano è parte della Svizzera;
- **Fiducia** – perché senza fiducia nei media non c'è democrazia;
- **Cultura** – perché un Paese che non investe nella cultura investe nel suo declino;
- **Federalismo**

Queste parole dovrebbero ricorrere in ogni comunicazione, intervista, volantino, articolo o evento. Sono il lessico comune di una mobilitazione civile.

19. Gli slogan guida

Slogan e parole d'ordine non sostituiscono gli argomenti, ma li fissano nella memoria collettiva.

Alcuni esempi, da utilizzare e adattare:

- *"Se zittisci una lingua, impoverisci un Paese."*
- *"Il servizio pubblico non è un lusso, è la nostra voce comune."*
- *"Meno canone, meno Svizzera."*
- *"La RSI è la voce di chi non ha voce."*
- *"Pagare tutti per contare tutti."*
- *"Senza RSI la Svizzera italiana è muta."*
- *"Il servizio pubblico non appartiene a chi lo dirige, ma a chi lo sostiene."*

20. Prospettiva a lungo termine

La campagna non dovrebbe esaurirsi con il voto del 2026. Qualunque sia l'esito, dovrà lasciare un'eredità culturale: una nuova consapevolezza sul valore del servizio pubblico e sulla sua necessità per la coesione nazionale.

L'obiettivo strategico è far comprendere che la SSR non è un'istituzione "da difendere ogni dieci anni", ma una componente permanente della democrazia svizzera.

Occorrerà quindi:

- insistere nella promozione di un'educazione ai media e alla cittadinanza nelle scuole;
- favorire il dialogo costante tra media pubblici, media privati, società civile e istituzioni;
- continuare a migliorare trasparenza, partecipazione e innovazione all'interno della SSR e della RSI.

Il futuro del servizio pubblico dipende dalla capacità di rinnovarsi senza snaturarsi: innovazione tecnologica sì, ma nel rispetto dei principi che lo rendono unico.

21. Conclusioni

La sfida che attende la Svizzera nel 2026 è una sfida di civiltà. Scegliere di ridurre il canone significherebbe ridurre la voce delle regioni, delle lingue, della cultura e della democrazia.

Difendere il servizio pubblico non è difendere un interesse, ma un diritto: quello di essere informati, rappresentati e riconosciuti.

Il compito dei gruppi di azione e delle associazioni civiche non è solo convincere, ma ricordare: ricordare ai cittadini che la Svizzera è forte perché parla più di una lingua, perché investe nella conoscenza, perché crede nella responsabilità condivisa.

Il servizio pubblico è la forma moderna di una solidarietà antica. È la garanzia che, anche nel rumore del mondo digitale, una voce comune continua a raccontare il Paese, con rispetto, verità e pluralità.

"Un Paese che parla quattro lingue non può permettersi di zittirne una. Difendere la RSI significa difendere la Svizzera che ascolta e che dialoga."

APPENDICE

Punti principali della revisione parziale della Ordinanza sulla radiotelevisione (ORTV) adottata dal Consiglio federale della Svizzera (19 giugno 2024) che dispongono la riduzione del canone radiotelevisivo per la SRG SSR.

1. Canone per le economie domestiche
 - L'importo attuale è di CHF 335 all'anno.
 - Dal 1° gennaio 2027, il canone sarà ridotto a CHF 312.
 - Dal 1° gennaio 2029, il canone sarà ulteriormente ridotto a CHF 300 all'anno.
2. Esenzione per le imprese
 - Attualmente, le imprese con fatturato annuo soggetto all'IVA fino a CHF 500'000 sono esentate.
 - La soglia di esenzione sarà elevata a CHF 1.2 milioni dal 2027, il che comporta che circa l'80% delle imprese soggette all'IVA non pagheranno più il canone.
3. Entrate della SRG SSR e conseguenze finanziarie
 - Con la riduzione del canone, la quota di proventi destinata alla SRG SSR passerà da circa CHF 1.319 miliardi (anno corrente stima) a circa CHF 1.2 miliardi entro il 2029 — una riduzione di circa CHF 120 milioni (provenienti dalle economie domestiche e dall'esenzione di circa l'80% delle aziende).
 - Inoltre, la compensazione del rincaro (adeguamento all'inflazione) non sarà più garantita in parte o per intero dal 2025 in poi: questo comporterà un'ulteriore diminuzione del budget di 60 milioni da sommare agli ulteriori 90 milioni di calo degli introiti pubblicitari, generanti un totale complessivo negativo di 270 milioni.
4. Tempistica e entrata in vigore
 - La revisione parziale dell'ORTV è stata adottata il 19 giugno 2024 dal Consiglio federale.
 - Le nuove disposizioni entreranno in vigore a partire dal 1° gennaio 2027 (fase-intermedia) e complete dal 1° gennaio 2029.

Testo completo dell'ordinanza modificata con tutti gli articoli (art. 57, art. 67b, ecc.): link diretto:

https://www.bakom.admin.ch/dam/it/sd-web/W3qHepv7iWsf/teilrevsion_rtvv_erlaeuterungen.pdf

All'interno si trovano: il nuovo testo degli articoli modificati (soprattutto gli artt. 57, 67a, 67b e seguenti ORTV); le disposizioni transitorie che stabiliscono l'entrata in vigore scaglionata (2027 e 2029) e un rapporto esplicativo del Consiglio federale che illustra i motivi e le conseguenze economiche della riduzione del canone.

Riassunto articolo per articolo della Revisione parziale dell'Ordinanza sulla radiotelevisione (ORTV) approvata dal Consiglio federale il 19 giugno 2024, con entrata in vigore scaglionata nel 2027

e nel 2029. Le modifiche riguardano in particolare gli articoli 57, 67a, 67b, e le disposizioni transitorie. Fonti: testo ufficiale ORTV (UFCOM/Bakom, 2024), rapporto esplicativo e comunicato del Consiglio federale.

Articolo 57 ORTV – Importo del canone radiotelevisivo

- Situazione attuale (fino al 31.12.2026): il canone per le economie domestiche è fissato a CHF 335/anno.
- Dal 1° gennaio 2027: riduzione a CHF 312/anno.
- Dal 1° gennaio 2029: ulteriore riduzione a CHF 300/anno.
- La modifica è introdotta direttamente nell'art. 57 cpv. 1 ORTV. È previsto che la Com (Commissione federale delle comunicazioni) continui a sorvegliare la riscossione tramite Serafe SA, ma senza possibilità di rivalutazione automatica del canone in base all'inflazione.

Articolo 67a ORTV – Canone per le imprese

- Viene aumentata la soglia di esenzione: tutte le imprese con fatturato annuo imponibile inferiore a CHF 1.2 milioni non sono più soggette al canone (in precedenza la soglia era CHF 500 000).
- Questa modifica entrerà in vigore dal 1° gennaio 2027.
- Il numero di imprese soggette si ridurrà da circa 340'000 a circa 110'000 (stima UFCOM).

Articolo 67b ORTV – Scaglioni del canone per le imprese

- Restano in vigore gli scaglioni di fatturato per le imprese sopra 1.2 milioni di franchi.
- Gli importi del canone per le varie classi non cambiano formalmente nel 2024, ma potranno essere ricalcolati dopo il 2027 in base alla riduzione generale e al numero di imprese ancora soggette.
- L'obiettivo del Consiglio federale è semplificare la riscossione e ridurre gli oneri amministrativi per PMI e microimprese.

Articolo 69 e seguenti – Ripartizione dei proventi

- Viene confermata la quota principale alla SSR (SRG SSR), che resta pari al massimo 95% dei proventi del canone.
- Tuttavia, a causa della riduzione progressiva dell'importo, la SSR riceverà nel 2029 circa CHF 120 milioni in meno rispetto al 2024.
- Le emittenti locali e regionali continueranno a ricevere una quota fissa (circa CHF 81 milioni/anno), non toccata dalla revisione.

Disposizioni transitorie

- Le modifiche all'art. 57 e 67a entrano in vigore il 1° gennaio 2027.
- La seconda riduzione (a 300 franchi) entra in vigore il 1° gennaio 2029.
- Il Consiglio federale si riserva di rivedere ulteriormente l'ORTV entro il 2030, in funzione degli effetti economici sulla SSR e sulle emittenti locali.

Effetti economici stimati

- Riduzione complessiva delle entrate da canone: circa – CHF 120 –130 milioni/anno entro il 2029.
- Circa 80% delle imprese (tra 300'000 e 350'000) saranno esentate.
- 90 milioni di calo degli introiti pubblicitari e 60 milioni di mancata compensazione del rincaro a partire dal 2025.
- Nessun taglio previsto ai fondi per le emittenti locali.
- SSR dovrà adeguare la propria strategia di programmazione e investimenti, con maggiore efficienza interna.

Articolo / Tema	Situazione attuale fino al 31.12.2026	Modifica principale	Entrata in vigore	Effetti / Conseguenze
Art. 57 ORTV Canon e per le economia domestiche	CHF 335/anno per economia domestica	>Riduzione a CHF 312/anno (dal 2027) >Ulteriore riduzione a CHF 300/anno (dal 2029) >Nessun adeguamento automatico all'inflazione	1° gennaio 2027 e 1° gen.29	Entrate complessive da canone ridotte progressivamente; minor gettito per SSR (-CHF 120 mio circa entro il 2029)
Art. 67a ORTV Esenzione per le imprese	Esenti le imprese con fatturato annuo < CHF 500'000	Soglia di esenzione elevata a CHF 1.2 milioni	1° gen. 2027	Circa l'80% delle imprese soggette all'IVA (300-350 mila) non pagheranno più il canone
Art. 67b ORTV Scaglioni del canone per le imprese	Canone calcolato per fasce di fatturato (da 500'000 in su)	Mantiene gli scaglioni per le imprese > CHF 1.2 mio Possibile ricalcolo post-2027 in funzione della riduzione generale	1° gen. 2027 (possibili adeguamenti)	Semplificazione amministrativa; riduzione oneri per PMI e microimprese
Art. 69 e seguenti Ripartizione dei proventi	Fino al 95% dei proventi del canone destinato a SSR; circa CHF 81 mio/anno alle emittenti locali	Nessuna modifica formale alle percentuali, ma riduzione del gettito totale	Progressiva dal 2027 al 2029	Entrate per SSR ridotte di CHF 120 mio; nessun taglio ai fondi per le emittenti locali
Disposizioni transitorie		>Prima fase: applicazione dal 2027 > Seconda fase: dal 2029 Possibile revisione complessiva entro il 2030	2027-2029	Entrata in vigore scaglionata; monitoraggio effetti economici e sociali
Effetti economici stimati Rapporto (CF 2024)		Riduzione entrate totali da canone di CHF 120- 130 mio/anno. 80% imprese esentate. Nessun impatto sui fondi locali. Taglio complessivo stimato per SSR CHF 270 mio considerando anche CHF 90 mio di calo di introiti pubblicitari e e CHF 60 mio di mancata compensazione del rincaro anche retroattivamente sugli anni precedenti		SSR dovrà ristrutturare spese e strategie; aumento pressione su efficienza interna

¹ Fonti e riferimenti principali del paragrafo "Il peso economico e sociale della RSI"

Valore aggiunto lordo (205 milioni di franchi) e moltiplicatore economico (1,53)

Fonte: BAK Economics AG, studio commissionato dalla SSR SRG (BAK Economics, 2024) - "Volkswirtschaftliche Bedeutung der SRG SSR für die Schweiz und ihre Sprachregionen – Update 2024" (= "Importanza economica della SSR per la Svizzera e le sue regioni linguistiche – Aggiornamento 2024").

Il rapporto è un aggiornamento di uno studio già pubblicato nel 2020, con dati disaggregati per regione linguistica. Per la Svizzera italiana, BAK stima:

- valore aggiunto annuo lordo generato dalla RSI: $\approx$ 205 milioni CHF;
- moltiplicatore economico: 1,53 (ogni franco speso dalla RSI genera 1,53 franchi di valore complessivo nella regione).

Queste cifre sono state confermate anche nella sintesi diffusa dalla SSR a inizio 2024.

Posti di lavoro diretti e indiretti ($\approx$ 1'400)

Fonte: BAK Economics (2024), dati integrati con la Relazione di gestione RSI 2023.

La RSI impiega direttamente circa 1'000 persone (corrispondenti a 880 ETP), mentre lo studio BAK calcola circa 400 posti aggiuntivi indiretti generati nell'indotto (servizi, forniture, produzioni esterne, artigianato tecnico, logistica, ospitalità).

Imprese locali coinvolte (861) e ricadute sul territorio (67 milioni CHF)

Fonte: RSI – *Dati economici regionali 2023*, allegati alla Relazione di sostenibilità SSR 2023, e BAK Economics 2024.

La cifra 861 corrisponde al numero di fornitori attivi in Ticino e Grigioni italiano nel periodo 2022–2023. La spesa in beni e servizi locali stimata in 67 milioni CHF è calcolata sulla base dei dati RSI interni, confermati in sede parlamentare durante un'interpellanza federale del 2024 (Consiglio federale, risposta a Interpellanza Regazzi 24.3162).

Investimenti culturali RSI (10 milioni CHF nel 2023)

Fonte: Relazione di gestione RSI 2023 e SSR – *Bericht über den Service public 2024*.

Nel capitolo dedicato a "Cultura e società", RSI indica investimenti culturali per 10,4 milioni CHF, comprendenti:

- sostegno a produzioni cinematografiche e documentaristiche,
- collaborazione con festival e orchestre,
- contributi a progetti teatrali e scolastici,
- promozione musicale e letteraria.

Collaborazioni con SUPSI, USI e scuole professionali Dati qualitativi ricavati da:

- RSI *Relazione di sostenibilità 2023*, sez. "Formazione e partenariati";
- USI *Annual Report 2023*, capitolo "Collaborazioni istituzionali";
- SUPSI *Rapporto annuale 2023*.

Confermano partenariati formativi attivi e ospitalità per oltre 80 apprendisti e stagisti ogni anno.