

SSR Svizzera italiana CORSI

Feeling food

**Rapporto
del Consiglio del pubblico**

RSI Food

Febbraio 2026

Introduzione

RSI Food è un magazine online da sfogliare, con una grande varietà di argomenti e non un ordinario palinsesto o un programma o una serie specifica. Per questa ragione, le osservazioni e le considerazioni che seguono rivolgono uno sguardo d'insieme e trasversale sulla piattaforma **RSI Food** e sui social.

Negli ultimi vent'anni, l'interesse verso il cibo è cresciuto significativamente, evidenziato dalla proliferazione di programmi televisivi, talent e reality show, magazine, blog e siti web dedicati. I ricettari hanno da sempre avuto un ruolo centrale nella formazione dell'identità culturale, ma la svolta è avvenuta con l'avvento della televisione, che ha amplificato la rappresentazione visiva del cibo. Negli anni '50, in particolare negli Stati Uniti, i primi programmi televisivi insegnavano a cucinare piatti semplici (rivolgendosi principalmente alle massaie). Con il tempo il "cibo" diventa globale e sociale, e il focus si è spostato verso la narrazione di storie legate al territorio, tradizioni, sostenibilità e salute. E così, si è decisamente preso coscienza che l'enogastronomia è cultura e non solo promozione di semplici ricette. Anche la RSI già a partire dagli anni '70, con una funzione comunicativa ma soprattutto educativa e comunitaria, proponeva corsi di cucina, con attenzione alla stagionalità e alla valorizzazione dei prodotti locali, per mezzo di un linguaggio semplice. Negli anni '80 e '90 ecco che la gastronomia si integra nel tessuto sociale grazie a documentari, racconti sul settore primario e rubriche su sagre, alpeggi e cantine. Nel 2000 il cibo diventa quindi cultura e stile di vita: chef e ristoratori diventano protagonisti, con aperture alla cucina contemporanea e alle cucine del mondo.

RSI Food

RSI Food esplora il mondo enogastronomico con un'attenzione particolare sulla Svizzera italiana, cercando di approfondire tematiche rilevanti e raccontare un territorio con storie di passione ed impegno. Il progetto nasce nel 2021 dall'evoluzione digitale del programma **Cuochi d'Artificio**, quest'ul-

timo nel frattempo trasferitosi sulla pagina Facebook con l'omonimo nome e su cui venivano pubblicate saltuariamente ricette prese da vecchie puntate del programma televisivo. Un sondaggio ha fatto emergere l'interesse del pubblico non solo culinario, ma anche relativo al mondo enogastronomico e agroalimentare, alla salute e al territorio. Così partendo dal materiale di archivio, **RSI Food** diventa un portale aggregatore: non più Facebook, ma proposto unicamente sul sito e tramite Instagram, al netto di qualche rubrica di approfondimento radiofonica e/o televisiva che viene ripresa all'interno della piattaforma.

Contenuti editoriali

La redazione, composta da Alice Tognacci e Patrizia Rennis, mira ad offrire un'ampia copertura esplorando quanto più possibile gli elementi della nostra identità, partendo dal cibo. L'obiettivo è quello di raccogliere elementi in un unico contenitore per valorizzare il patrimonio di articoli, contributi video e audio, interviste e tanto altro dell'offerta "food" della RSI.

Il termine "Food" è stato scelto per la sua capacità di racchiudere l'intero universo enogastronomico e agroalimentare, in un modo che la lingua italiana non riesce a fare.

Punti di forza sono i contenuti di qualità. Curiosità, tendenze, approfondimenti nutrizionali (spesso suggeriti da esperti settoriali) sono il valore aggiunto della proposta **RSI Food**. Volutamente orientata ad un pubblico generalista nel pieno rispetto del mandato pubblico, va a beneficio degli appassionati di cucina ma non solo. **RSI Food** si rivolge anche a consumatori attenti a salute e sostenibilità, prevalentemente locale e a un target italofono nel resto della Svizzera. Altro caposaldo della proposta web e social sono le storie dei produttori locali, esperti e voci autorevoli che descrivono i luoghi del cibo, le sue eccellenze e la sua cultura. Facendo leva sulla comunicazione narrativa si creano emozioni arrivando presumibilmente a fidelizzare il fruitore del prodotto multimediale. Da citare due piccoli spin-off ossia: la WebSerie **Le Ricette di Wonder Mommy** curata da Alice Tognacci, responsabile settoriale, così come il podcast **Feeling**

Food rappresentato da una decina di incontri-intervista con personalità non solo legate al mondo della gastronomia ma anche al mondo dello sport, della musica e del cinema senza dimenticare che video o contributi proposti possono essere recuperati sull'applicazione Play RSI. Significativa è la collaborazione con gli operatori del territorio in riferimento alla serie **Mani, terra Ticino: il buono di qui**.

Sezioni, ricerca di contenuti e grafica

Attualmente i contenuti di **RSI Food** li troviamo sia sulla piattaforma RSI, sia su Instagram e poco su TikTok.

Piattaforma RSI Food: uniforme e accattivante, con grande varietà di argomenti. Nella pagina troviamo in particolare i seguenti contenuti:

- **Extra** con tendenze, curiosità, salute, ritratti e storie, territorio e tradizione con indicati gli eventi settimanali, informando l'utenza dove trovare sagre e rassegne nella Svizzera italiana e non solo. Particolarmente apprezzata è anche la robusta offerta tematica, grazie anche ad articoli prodotti dalle consorelle SFR, RTS e RTR.
- **Food alla RSI:** programmi televisivi e radiofonici, inseriti all'interno di altri palinsesti come: il **Quotidiano**, il **Giardino di Albert**, l'**Ora della Terra**, **Casa Svizzera**, editoriali RSI info, Rete Due. Su quest'ultima, si segnala la collaborazione all'interno della rubrica quotidiana **Konsigli** che ospita, una volta la settimana, la rubrica **Briciole**: frammenti del mondo agroalimentare per raccontare che il cibo è anche laddove meno te lo aspetti
- **Archivi da tavola:** programmi d'archivio, principalmente televisivi.
- **Programmi:** come, ad esempio, la serie **Mani, terra Ticino: il buono di qui** realizzata da RSI Food in collaborazione con Ticino a Te – progetto coordinato dal Centro di Competenze Agroalimentari Ticino (CCAT), organizzazione senza scopo di lucro – e con la Sezione dell'agricoltura della Divisione

dell'economia. Ogni mese, attraverso video e approfondimenti, vengono raccontate le produzioni agroalimentari del Cantone, in chiave divulgativa e curiosa. Ogni puntata valorizza una filiera locale, raccontata da un interlocutore che la conosce dall'interno, con l'obiettivo di sfatare miti, sostenere il lavoro artigianale e far emergere il vero "buono di qui".

Instagram: video di ricette, curiosità riguardanti la salute o specifici piatti, ristoranti ed interviste a produttori del nostro territorio con durate brevi e un solo argomento alla volta, pubblicati come post o come stories quasi quotidianamente. La grafica è subito riconoscibile. Un post carousel settimanale annuncia e descrive i principali eventi gastronomici non solo del territorio, ma della Svizzera. È una porta d'ingresso al mondo *RSI Food*, come strumento di divulgazione agile: non si tratta di avere un pubblico target ultra-giovanissimo ma, sicuramente più in target e ben coperta, la fascia dai 25 anni in su, maggiori fruitori di social. Particolarmente apprezzata la trasversalità anche con altre entità aziendali: ad esempio la serie *Sembra una bufala*, *ma...* in collaborazione con i colleghi della redazione del *Giardino di Albert*.

Grafica: Nell'insieme la grafica è lineare, curata e ha una sua identità. Le immagini sono di qualità e rappresentano bene gli argomenti trattati. I contenuti sono aggiornati e coinvolgenti, affrontati nel modo più completo possibile, supportati da fonti: invogliano alla lettura, a fruire dei rimandi, a interessarsi agli argomenti correlati portando l'attenzione anche su culture culinarie diverse e diete alternative. Le pagine si caricano rapidamente, la navigazione tra le sezioni del magazine e l'accesso ai contenuti è relativamente facile. La funzionalità di ricerca è consentita nel cluster *Ricette* che permette inserendo parole chiave di visionare articoli e contenuti sul tema.

Conclusioni

Il prodotto è stato particolarmente apprezzato dal Consiglio del pubblico, sia per la varietà delle informazioni reperibili sul sito *RSI Food* come anche per la continuità che viene data a tali informazioni sul canale social di Instagram e le collaborazioni con altre realtà RSI.

Un'aspetto importante da sottolineare è che, se da un lato si parla sempre più spesso di cucina in tv legandola a format che puntano all'intrattenimento, dall'altro è chiaro che la narrazione può influenzare le scelte alimentari e gli stili di vita del pubblico. L'equilibrio è dunque tutt'altro che scontato e gli stessi autori ne sottolineano i pericoli e i potenziali abusi.

In un prossimo futuro, ci sarà probabilmente una divaricazione sempre più netta tra format tv che utilizzano il cibo come elemento per intrattenere in maniera spettacolare e altri che invece riporteranno l'attenzione sull'aspetto più quotidiano del mangiar bene. Nel mezzo ci saranno dei programmi itineranti alla scoperta delle bellezze dei nostri territori, che tra una testimonianza storica e un racconto folkloristico non potranno certo evitare di dare spazio alle ricette tipiche in grado di esprimere al meglio l'anima di quel particolare luogo.

Del resto, se c'è l'emozione funziona qualunque cosa che esprima l'unicità di un territorio e il legame di quel prodotto con esso. Così facendo si invoglia il pubblico ad andare a visitare quel luogo, provocando la curiosità verso il mondo dell'enogastronomia e agroalimentare, non più vista come bisogno primario, ma come fonte di piacere, scoperta e identità culturale.

Per questo *RSI Food* è sicuramente un magazine online interessante, un contenitore d'informazione a tutto tondo che si propone di creare una cultura che promuove prodotti e attori che operano nel settore, tradizioni e culture locali, che porta l'attenzione sulla salute e sulla sostenibilità, suscitando emozioni e contribuendo attivamente al mandato del servizio pubblico, a conferma di quanto sia ricca e variegata la filiera enogastronomica e agroalimentare locale.