

«Una campagna polarizzata, con al centro i collaboratori»

L'INTERVISTA / MARIO TIMBAL / direttore RSI

Il direttore della RSI Mario Timbal parla dei risultati della votazione, del periodo vissuto dai suoi collaboratori e del futuro del servizio pubblico.

La Svizzera ha dato un segnale chiaro: il servizio pubblico non va indebolito.

«Da parte nostra c'è soddisfazione per il risultato, perché si tratta della legittimazione di un servizio pubblico forte, con una forte presenza nelle regioni e nel mondo digitale. L'iniziativa, infatti, ci avrebbe penalizzato ulteriormente anche nel campo digitale. E quindi sì, quanto emerso dalle urne è un segnale molto positivo».

Il risultato in Ticino è stato più risicato. Quali i motivi? Che cosa le suggerisce questo esito?

«Per capire i motivi credo sia ancora presto. Ad ogni modo, sapevamo che in Ticino avremmo ottenuto un risultato di questo tipo, un po' come avvenuto nel 2018 con la votazione "No billag". Infatti, se guardiamo la distanza tra il risultato cantonale e quello nazionale, le proporzioni sono state rispettate. Anzi, la forchetta si è leggermente chiusa. Più in generale, in Ticino abbiamo vissuto una campagna molto polarizzata, in cui si è parlato molto dell'azienda, dei suoi collaboratori, del funzionamento, ma non dei media. Sarà quindi molto importante riprendere un dialogo chiaro con tutta la Svizzera italiana e con tutti gli italofoeni in Svizzera».

Ha parlato di una campagna di voto molto polarizzata. I suoi collaboratori come hanno vissuto questi mesi?

«Voglio soprattutto congratularmi con tutte le colleghe e tutti i colleghi per come, con grandissima professionalità, sono riusciti a lavorare in un clima che non poteva essere sereno. E non poteva essere sereno per i toni assunti dalla campagna, che si è concentrata proprio sui collaboratori della RSI. Il servizio pubblico ha saputo mantenere un'alta professionalità in ogni momento, e questo è un aspetto che ritengo molto importante. Non bisogna dimenticare che eravamo in mezzo a una situazione paradossale: dovevamo parlare di una campagna di voto in cui eravamo l'oggetto di discussione. Nonostante ciò, è stata messa al primo posto la professionalità, anche di fronte alle offese e a volte agli insulti. Abbiamo saputo fare astrazione di questo, senza interferire con la campagna e facendo il nostro lavoro per fornire un servizio di qualità».

Guardando già a domani, quale pagina si apre per il servizio pubblico? Nel 2029 bisognerà ridiscutere la concessione. Ci sono elementi di questa campagna che si possono già considerare in vista di quella scadenza?

«La SSR ha davanti due grossi cantieri. Il primo è il progetto Enavant, che è in corso e proseguirà fino al 2029. Un progetto



Il direttore della RSI Mario Timbal e la direttrice generale della SSR Susanne Wille.

La SSR

«È una giornata decisiva per il futuro»

Le parole di Cina e Wille

La SSR si dice soddisfatta per il «no» all'iniziativa «200 franchi, bastano!» e per la fiducia che la popolazione le ha così dimostrato. E promette di proseguire il suo impegno nelle diverse regioni linguistiche.

«Questa giornata è decisiva per il futuro della SSR. Siamo lieti che l'elettorato svizzero ci abbia nuovamente accordato la propria fiducia e siamo sollevati di essere riusciti a rendere visibile il valore aggiunto della SSR per tutta la Svizzera», ha dichiarato in una nota il presidente del CdA, Jean-Michel Cina. «Questa attestazione di fiducia rafforza la nostra volontà di restare vicini alle persone, nelle diverse regioni linguistiche così come nel digitale, e proseguiremo il percorso di trasformazione avviato dalla SSR», ha da parte sua detto la direttrice della SSR, Susanne Wille.

che nasce dalla riduzione del canone a 300 franchi deciso per ordinanza dal Consiglio federale e che trasformerà profondamente il servizio pubblico e il suo funzionamento. Poi si aprirà il dibattito sulla concessione. Un dibattito molto importante e che va fatto, proprio perché in questa campagna si è discusso poco di media e molto di azienda. È importante, invece, rimettere al centro delle discussioni i media, al di fuori della campagna elettorale e lontano da quei toni. Uno svantaggio di questa campagna è stato di votare il prezzo del servizio pubblico, senza considerarne i compiti. Ora l'orizzonte è chiaro: la cifra è stabilita, e sono i 300 franchi di canone. Un vantaggio in vista della delimitazione del perimetro del servizio pubblico, frutto di una serie di negoziazioni fra il Consiglio federale, gli editori privati e la SSR. Sarà importante non rimanere su soluzioni che vediamo all'estero, già preconfezionate, ma tenere conto delle particolarità della Svizzera e del suo mercato mediatico. E questo in modo da trovare soluzioni che permettano di non penalizzare il cittadino, lo spettatore e l'ascoltatore».

© KEYSTONE/GIANINAZZI