

## L'EDITORIALE

PER LA SSR  
UNA DIFFICILE  
SECONDA  
BATTAGLIA

Giovanni Galli

Oggi, il comitato promotore dell'iniziativa popolare sulla SSR «200 franchi bastano!» depositerà le firme alla Cancelleria federale. L'obiettivo è stato raggiunto in un anno e oltre trentamila sottoscrizioni, più o meno un quarto del totale, sono state raccolte in Ticino. È una cifra ragguardevole, indice dell'elevata sensibilità sul tema del canone radiotelevisivo, sebbene nel 2018 ben due votanti ticinesi su tre si fossero opposti all'iniziativa «No Billag», e anche del malcontento che in una parte della popolazione serpeggia attorno all'offerta mediatica, ritenuta sia troppo cara sia sbilanciata politicamente. La facilità con cui sono state raccolte le firme è anche una conferma di quanto si poteva intuire già al momento del lancio. Se la prima iniziativa, che mirava a colpire al cuore la SSR sottraendole la sua principale fonte di finanziamento, si era conclusa con una disfatta, stavolta si prospetta un confronto più aperto nelle urne. L'iniziativa a trazione UDC ha più chance della precedente. È molto più insidiosa per l'azienda radiotelevisiva, perché non chiede di fare tabula rasa del canone ma un ridimensionamento (dagli attuali 335 franchi a 200), con focalizzazione sul mandato centrale, escludendo l'imposizione delle imprese e lasciando intatto il finanziamento delle emittenti private. Invece di una richiesta radicale viene proposta una soluzione costruita per sembrare più accettabile. Non a caso, fiutando il pericolo, i contrari hanno iniziato la controffensiva con largo anticipo. L'Alleanza Diversità mediatica, nata allo scopo di contrastare l'iniziativa popolare, è stata costituita prima ancora del suo lancio ufficiale. Nel frattempo, politici e dirigenti della

SSR hanno preso posizione, sostenendo che un'approvazione dell'iniziativa porterebbe di fatto a un dimezzamento delle risorse, rovinoso per il settore. Un finanziamento pubblico limitato a 700 milioni di franchi impedirebbe di attuare il mandato dell'azienda, mettendo in pericolo il modello decentralizzato che oggi favorisce la coesione nazionale. Con la metà dei fondi, ha detto l'altro giorno il direttore Gilles Marchand, non sarebbe possibile produrre un buon telegiornale in Ticino. Il risultato sarà «meno Svizzera», ha ribadito ieri l'Alleanza Diversità mediatica. I contrari sostengono anche che lo scopo reale dell'iniziativa è di smantellare la SSR in due tappe. Se si riduce l'offerta, verrà a mancare anche una grossa fetta di pubblico e, a quel punto, ha ammonito il direttore di «Courage civil» Mark Balsiger sul «Tages-Anzeiger», i libertari torneranno alla carica per l'abolizione totale della tassa. Tutti argomenti contestati dai promotori dell'iniziativa, secondo i quali, invece, 700 milioni all'anno sono sufficienti per finanziare un servizio pubblico di qualità per tutte e quattro le regioni linguistiche. Sta di fatto che, per chi difende il modello attuale, il contesto è più difficile rispetto a cinque anni fa: per il modo in cui è stata

formulata l'iniziativa, ma non solo. «No Billag» si tradusse in un plebiscito a favore della SSR, nonostante le critiche di fondo fossero sostanzialmente identiche a quelle che le vengono rivolte oggi: costi elevati, collocazione politico-ideologica della maggioranza dei suoi giornalisti, potere e scarsa umiltà. Oggi certe premesse sono diverse. Benché l'azienda fosse estranea al pacchetto di aiuti ai media bocciato alle urne nel febbraio del 2022, il no popolare ha ridato slancio ai suoi critici, che possono muoversi su una tela di fondo più ricettiva ai loro argomenti. Gli sviluppi dell'offerta e del modo di fruire dei prodotti stanno cambiando il panorama mediatico. Da tempo, la radio e la TV non sono più il mezzo principale d'informazione per tutta la popolazione. La SSR deve conquistare nuove fasce di pubblico, ma il fatto di spostarsi sul mercato online è considerato da alcuni una mossa che va oltre il suo mandato e che rischia di metterla in competizione con gli editori privati, i quali a loro volta producono contenuti senza ricavarne benefici sufficienti. Non sorprende che fra questi ci sia chi strizza l'occhio all'iniziativa. C'è anche

una semplice questione di bilanci familiari. Dal 2018 a oggi il canone è diminuito del 25%, ma è cresciuta la quota di consumatori che usufruisce di offerte private «on demand» e che potrebbe vedere nella tassa a 200 franchi un mezzo per attenuare la fattura televisiva. Inoltre, il fronte politico dietro la SSR è meno compatto. Il PLR è diviso e il suo movimento giovanile ha aderito al comitato promotore. L'iniziativa è appoggiata anche dall'USAM, che combatte l'imposizione del canone alle piccole e medie imprese. Ma l'azienda e la politica dovranno rispondere anche a chi rimprovera alla stessa SSR di non aver condotto, malgrado le promesse, un dibattito sulla missione e sulla portata del servizio pubblico e di non attuare - a fronte delle difficoltà più generali di molti comparti produttivi, anche importanti - un'efficace politica di risparmio (nonostante le economie nei settori dell'informazione e dello sport), mantenendo un'offerta considerata dispersiva, non strettamente conforme al mandato. Per tutti questi aspetti, che generano malumori e interrogativi, la seconda battaglia alle urne si profila molto più difficile della prima.