

SRG-SSR

# Il 2020 in cifre: -12,9 milioni di franchi

## Metà della pubblicità persa si deve al Covid

*Ats/Red*

“Un anno molto particolare all’insegna di trasformazione, ascolti record e riduzione dei costi”. Così sono sinteticamente riassunti dalla stessa azienda i conti della Società svizzera di radiotelevisione (Srg Ssr) nel 2020, chiusi con un disavanzo di 12,9 milioni di franchi. “Se da un lato – scrive la Ssr – la pandemia ha significato per i palinsesti riadattati e ampliati un record di ascolti in tutte le regioni linguistiche, dall’altro ha comportato un calo degli introiti commerciali e costi di ristrutturazione, che hanno influenzato il risultato d’esercizio”. Rispetto all’anno precedente, i ricavi commerciali hanno registrato un calo di 52,1 milioni di franchi, di cui 30,7 milioni nell’ambito della pubblicità televisiva, 2,2 milioni in quello delle sponsorizzazioni, 19,2 milioni in quello dei programmi (circa 7 milioni dei quali a causa delle produzioni sportive annullate). Visto a partire dal 2017 a oggi, il calo dei ricavi commerciali della Ssr ammonta complessivamente a più di 100 milioni di franchi. Secondo il comunicato stampa ufficiale, “quasi la metà delle perdite in ambito pubblicitario è riconducibile alla pandemia”. Dal mese di marzo del 2020, d’altra parte, gli introiti della pubblicità hanno subito un drastico crollo a causa dei provvedimenti anti-Covid. Nel secondo semestre, la situazione è migliorata grazie agli elevati indici di ascolto dei programmi tv. L’altra metà delle perdite, invece, è dovuta alla migrazione di budget pubblicitari verso offerte digitali, soprattutto di grandi aziende internazionali.

### Adattamento

Nel suo mutare il corso degli eventi, la pandemia non ha però comportato solo effetti negativi: “Se da un lato si è dovuto comperare mascherine igieniche e disinfettanti e attuare vari provvedi-

menti anti-Covid per le produzioni proprie – riferisce la Ssr –, dall’altro sono diminuite le spese per acquisto dei diritti e per i viaggi in seguito all’annullamento di eventi culturali e sportivi”. Quanto all’offerta culturale, in particolare, per far fronte alla crisi nel settore, nel 2020 le reti della Ssr hanno mandato in onda una quota di musica svizzera come mai prima d’ora; lo sforzo è stato pari per il cinema svizzero, 456 quelli trasmessi, contro i 364 del 2019, uno dei motivi che spiegano il successo della nuova piattaforma streaming Play Suisse. Ma l’adattamento ha interessato tutti i palinsesti, in tutte le regioni linguistiche: più programmi educativi, una più ricca programmazione per bambini e giovani, trasmissioni per la terza età e speciali giornalieri sull’evoluzione della situazione.

### Ristrutturazione

Sul risultato d’esercizio 2020 sono pesati anche i costi di ristrutturazione: la Ssr si prepara al futuro adattando le sue produzioni e distribuzioni alle mutate abitudini di consumo e alle esigenze del pubblico e, allo stesso tempo, riducendo i costi per compensare l’andamento negativo nei ricavi pubblicitari e di sponsorizzazioni. Sul fronte dei posti di lavoro, non sono stati rioccupati tutti gli impieghi vacanti. In media, lo scorso anno la Ssr contava 5’537 posti a tempo pieno (compresi quelli di tpc e Swiss Txt), 113 in meno del 2019. Ci sono poi stati risparmi con l’abbandono, dal 3 giugno 2019, della diffusione in digitale terrestre e l’ulteriore ottimizzazione della trasmissione radio in Dab+. La Ssr ricorda poi che, dopo il piano di riduzione dei costi pari a 100 milioni di franchi del 2018-2020, ha dovuto avviare nell’ottobre dello scorso anno un ulteriore piano di risparmio di 50 milioni di franchi entro il 2024. Piano che influirà anche sul numero dei posti di lavoro.