

L'INTERVISTA ■ ROGER DE WECK

«L'iniziativa no-Billag è fuori dal mondo»

Secondo il direttore generale della SSR i grandi perdenti sarebbero i gruppi minoritari

GIANCARLO DILLENA

■ L'anno che sta per finire è stato segnato, per la SSR, dal voto del 14 giugno. Al di là della questione del canone, il risultato è stato da molti interpretato come espressione di insofferenza nei confronti dell'odierna impostazione del «service public» radiotelevisivo. La SSR-SRG ha promesso una riflessione critica: in che misura è stata fatta? Quali elementi sono emersi? «I risultati di una votazione spingono chi ne è coinvolto a fare un'analisi introspettiva: siamo già una delle aziende di servizio pubblico più trasparenti, ma vogliamo ancora maggior trasparenza, vogliamo accentuare il dialogo con il pubblico e la cooperazione con i privati. Detto questo, l'analisi Vox testimonia che il 73 per cento delle persone apprezza il lavoro della SSR. Anche una forte maggioranza di chi ha votato no il 14 giugno ne è soddisfatta. Il popolo svizzero si è espresso sul sistema di percezione del canone, non sul servizio pubblico».

“

Il popolo ha votato sul sistema di percezione del canone, non sul servizio pubblico

L'11 dicembre scade il termine per deporre le firme dell'iniziativa popolare per abolire il canone. Si preannuncia dunque un nuovo serrato confronto pubblico, che sarà inevitabilmente esteso a tutta l'attività della SSR. Come vede questa nuova battaglia?

«L'iniziativa no-Billag ha scelto un titolo furbo, in realtà dovrebbe chiamarsi "no-SSR". Vorrebbe infatti far inscrivere nella Costituzione il divieto di finanziamento pubblico di radio e televisione. Non ci sarebbero dunque più né la SSR né la RSI. Proprio i cantoni più piccoli e la Svizzera italiana pagherebbero maggiormente dazio.

Guardatevi un po' in giro: tutte le aziende di media nazionali hanno la sede a Zurigo. Siamo l'unica grande azienda che è costruita sul principio del federalismo ed è organizzata in modo decentralizzato. La SSR ha associazioni istituzionali sul piano regionale (nella Svizzera Italiana è la CORSI). Vogliamo

davvero cancellare tutto questo?»

Ma come si prepara l'azienda ad affrontare questa nuova sfida?

«Le redazioni se ne occuperanno come fanno in ogni occasione politica ed elettorale, è un tema come gli altri. Personalmente combatterò questa iniziativa.

Se fosse accettata, i grandi perdenti sarebbero i gruppi linguistici minoritari. La legge obbliga la SSR a produrre un'offerta di programma equivalente nella Svizzera tedesca, in quella francese e in quella italiana. La Svizzera tedesca produce il 70 per cento delle entrate tra canone e pubblicità, ma riceve solo il 45 per cento delle attribuzioni. La differenza serve a contribuire al finanziamento di una buona radio e di una buona televisione nella Svizzera francese, in quella italiana e in quella romancia. Tutto questo sparirebbe. L'iniziativa No-Billag è fuori dal mondo e spazza via il concetto di solidarietà confederale».

Nel panorama mediatico svizzero la posizione preminente della SSR continua comunque a suscitare perplessità in diversi settori, in particolare tra i gruppi medialti privati. La carta stampata, medium storico dell'informazione, si trova ad affrontare una crisi epocale contando solo sui propri mezzi, mentre l'ente radiotelevisivo pubblico attinge nel contempo a una tassa generalizzata e al mercato pubblicitario. Di fronte ai profondi cambiamenti in atto nel mondo dei media, non sa-

rebbe opportuno ripensare anche questo modello? Magari riunendo attorno allo stesso tavolo i diversi attori? «Viviamo in un Paese di 8 milioni di persone. 3,4 milioni hanno un profilo Facebook e 5 milioni vanno ogni giorno su Google, che sono le due più grandi piattaforme della Svizzera. Se sommiamo chi naviga sui siti di tutte le piatta-

“

Chi dovesse trascurare l'online e Internet sarebbe condannato alla sparizione

forme svizzere, non arriviamo agli utilizzatori di Google. Questo dati ci dicono una cosa semplice: noi "piccoli svizzeri" dobbiamo collaborare per diventare concorrenziali. La piattaforma pubblicitaria che stiamo costruendo con Ringier e Swisscom è aperta a tutti

gli editori, senza limiti o preclusioni. In questo caso abbiamo una collaborazione con Ringier, ma cerchiamo cooperazioni anche in altri ambiti e presenteremo proposte certamente interessanti.

Ci sono editori piccoli e medi che lavorerebbero volentieri con noi, ma le strategie di potere che orientano l'Associazione degli editori hanno bloccato le iniziative».

Lo squilibrio tra pubblico e privato è particolarmente vistoso in Ticino, regione ad alta densità mediatica. E non vi sono segnali di cambiamento nel senso di un maggiore equilibrio. Anzi, alcuni sembrano indicare il contrario: nonostante le conclamate misure di risparmio, la RSI ha implementato una nuova, importante redazione online. Anche in rete si vuole così disegnare lo stesso rapporto di forza?

«Il cuore della nostra offerta resta l'audiovisivo, che ci contraddistingue. Ma chi dovesse trascurare l'online e Internet sarebbe condannato alla sparizione. Produciamo programmi che parte del pubblico segue sui canali così detti tradizionali, radio e televisione, altri preferiscono fruirli su Internet. Investiamo molte risorse finanziarie e umane in questi programmi, sarebbe uno spreco imperdonabile valorizzarli solo in TV e in radio e non farlo anche su Internet. Dopo l'invenzione della stampa, nessuno ha chiesto ai monaci medievali di continuare a copiare i manoscritti. La sfida digitale oggi è fondamentale. Un produttore di contenuti audiovisivi deve essere dove c'è il pubblico, deve saperlo attrarre sia sul grande schermo sia sul display dello smartphone o del tablet».

“

Cercheremo con l'OSI soluzioni durature, credibili, responsabili

Sempre in Ticino, per contro, si è assistito ad un passo indietro della SSR nel sostegno all'Orchestra della Svizzera Italiana (OSI). Se è vero che per la SSR questo contributo costituisce un caso anomalo, rispetto alle altre regioni, è anche vero che esso contribuisce a compensare le minori possibilità di una regione periferica (e di una minoranza), argomento spesso invocato proprio dalla RSI per giustificare le sue

dimensioni. Dopo la disdetta i timori che per l'Orchestra possa essere l'inizio della fine sono fondati. Come intende muoversi la SSR-SRG?

«La SSR investe per la musica classica - in cifre assolute, non pro capite - tre volte tanto nella Svizzera italiana rispetto alla Svizzera tedesca. Nonostante questo, SRF produce sette volte più concerti di RSI. È logico sostenere maggiormente le piccole regioni, ma non possiamo perdere il senso delle proporzioni. Mantenere lo statu quo, provocherebbe presto o tardi una crisi dell'OSI, a maggior ragione quando alcune forze politiche - tra le quali la Lega dei Ticinesi - vogliono tagli massicci nei budget della SSR. Cercheremo con l'OSI soluzioni durature, credibili, responsabili. Non dimentichiamo poi che nelle altre regioni, pur considerando le dimensioni diverse, l'economia e la società civile si impegnano e investono molto di più nelle orchestre».

Infine ci permetta una domanda personale: Lei è da cinque anni alla testa della SSR-SRG; come è cambiato in questi anni il giornalista e pubblicitario Roger de Weck diventato manager?

«Amo il mio mestiere e amo lo sport. Diciamo che vivo il mio ruolo un po' come una gara di triathlon: trarre beneficio dalla rivoluzione digitale, che è una rivoluzione audiovisiva; assicurare una gestione rigorosa e migliorare ancora la produttività di una radio-televisione che è già una delle più efficaci in Europa. Infine la maratona: nel quadro della difesa delle istituzioni federali che oggi sono addirittura denigrate, modernizzare e mettere in risalto questa piccola istituzione di grande valore che è la SSR».