

La tv e un 'gratuito' sono i media più influenti

Il monitoraggio 2017 dell'Ufcom incorona i canali televisivi della Ssr e '20 minuti'

Ats

È la televisione a influire maggiormente nella formazione dell'opinione pubblica degli svizzeri, in particolare a sud delle Alpi, davanti alla carta stampata, alla radio e ai media online. È quanto emerge dal monitoraggio 2017 realizzato dall'Ufficio federale della comunicazione (Ufcom), che per l'occasione ha presentato un nuovo e dettagliato sito dedicato

alla tematica (www.monitoraggio-media-svizzera.ch).

Malgrado la concentrazione in atto, secondo gli autori – la società Publicom – non c'è un pericolo imminente che un'impresa influenzi oltremisura la popolazione. Anche se l'offerta mediatica è nettamente più ampia nella Svizzera tedesca rispetto a quella francofona e italo-fona, il pubblico dispone ancora di sufficienti alternative per soddisfare il bisogno di informarsi, è stato sottolineato in conferenza stampa a Berna.

A farla da padrona in questo ambito è la tv, soprattutto nella Svizzera latina e ancor più nella 'regione Ticino' – che nel-

l'analisi comprende anche il Moesano – davanti a radio, stampa e media online, che chiudono la classifica. Se a livello nazionale la tv influenza l'opinione nella misura del 32%, a sud del San Gottardo lo fa con una quota del 40%. Va comunque rilevato come quello televisivo sia un pubblico sempre più anziano, mentre i giovani si informano maggiormente attraverso internet.

A livello aziendale la più influente resta la Ssr, davanti al gruppo Tamedia. Prendendo in considerazione il singolo organo di stampa, a guidare la classifica a livello nazionale è però il gratuito '20 minuti' (di Tamedia) nelle tre lingue, che la

spunta sui programmi radiofonici e televisivi della Ssr. Oltre a questi, nella Svizzera tedesca spiccano il 'Blick' e il 'Tages-Anzeiger', in Romandia testate come 'Le Matin' (che nel frattempo è scomparso) e '24 Heures'.

In Ticino e Moesano, alle spalle di Rsi LA1 troviamo il 'Corriere del Ticino', seguito da Rete Uno. Nella fascia di età compresa fra i 15 e i 29 anni al secondo posto c'è però '20 minuti' e al terzo Rete Tre, mentre fra i 60-79enni, Rsi LA1 è davanti a Rete Uno e Cdt. I due grandi gruppi, Ssr e 'Corriere del Ticino', influenzano l'opinione in Ticino e Moesano nella misura del 57%. Seguono le altre aziende (tra le

quali 'laRegione'), che riunite detengono una quota del 30%.

Aspetto da non sottovalutare è la costante tendenza all'uniformazione dei contenuti redazionali, che consente ad alcune aziende mediatiche di esercitare un notevole potere sull'opinione dei cittadini con contenuti sovraregionali e sistemi locali con propria testata. Osservati speciali saranno le testate satelliti cantonali della 'Luzerner Zeitung' (Gruppo Nzz) nella Svizzera centrale e i due sistemi di sottoedizioni locali proposti dalla 'Südostschweiz' (Somedia) nello spazio mediatico grigionese e dal 'St. Galler Tagblatt' (Nzz) in quello sangallese.