



# Comunicato stampa

Data 22.1.2018  
Embargo 16:00

---

La COFEM presenta delle misure per il futuro assetto del paesaggio svizzero dei media

---

**Il paesaggio mediatico svizzero si trasforma: la concentrazione dei media avanza, le redazioni vengono ristrette e si discute intensamente sul futuro del servizio pubblico. Con un nuovo documento intitolato «Le particolarità dei media nell'era digitale» la Commissione federale dei media (COFEM) intende rendere più oggettivi tali dibattiti. La COFEM discute così di una riforma del sostegno ai media, di un adeguamento del servizio pubblico nonché di misure volte a promuovere un'autodeterminazione nell'utilizzo dei media.**

La digitalizzazione sta cambiando radicalmente la produzione, la distribuzione e la fruizione dei contenuti mediatici. Nel suo ultimo documento la COFEM esamina le particolarità che caratterizzano i media, cosa sta cambiando in tal senso nell'era digitale e quali sono le opzioni a livello di politica dei media.

In *prospettiva economica* i mercati dei media si differenziano chiaramente dagli altri:

- I contenuti mediatici sono rifinanziabili soltanto in parte dal pubblico. In effetti, le informazioni sono da considerare un bene pubblico e l'utilità sociale dei media è maggiore rispetto all'inclinazione degli individui a spendere per essi. Vi è inoltre la difficoltà nel valutare la qualità dei media.
- A causa della digitalizzazione, nell'industria pubblicitaria si osserva un forte spostamento della pubblicità dai media giornalistici ai motori di ricerca, media sociali e portali di piccoli annunci. Di conseguenza, gli introiti pubblicitari delle organizzazioni mediatiche sono in calo.
- Le economie di scala e di scopo favoriscono la concentrazione nel settore mediatico. La pressione al risparmio dettata dal calo degli introiti porta a ulteriori fusioni di imprese e redazioni, minacciando la pluralità mediatica.
- Le dimensioni ridotte dei mercati mediatici delle regioni linguistiche svizzere e la concorrenza estera complicano la situazione delle televisioni private. Le prestazioni giornalistiche sono quindi limitate dal piccolo mercato pubblicitario e il basso numero di potenziali abbonati.

Anche in *prospettiva sociopolitica* i media presentano delle particolarità:



## Comunicato stampa • Particolarità dei media

- Non sono soltanto un bene economico, ma anche culturale: i media rivestono infatti una grande importanza sociale, culturale e politica per la società. Contribuiscono alla formazione dell'opinione pubblica, forniscono uno spazio per i dibattiti e controllano lo Stato e l'economia.
- La digitalizzazione non sta cambiando questo aspetto. Anche in futuro occorreranno contenuti giornalistici. La digitalizzazione cambia però il modo in cui i media dovranno essere prodotti e distribuiti in futuro per stare al passo con le nuove forme di fruizione.

La COFEM dichiara apertamente che in una democrazia diretta i media giornalistici e le loro offerte continuano ad essere rilevanti e indispensabili anche nell'era di Internet. A causa della trasformazione digitale si pone però la questione del futuro assetto del paesaggio svizzero dei media.

La COFEM difende la concorrenza nel settore dei media e la possibilità di consentire ai fornitori dei media di sviluppare le proprie capacità innovative nel modo più semplice possibile. Al contempo la Commissione è convinta che viste le specificità economiche e sociopolitiche dei media, le condizioni in un mercato totalmente deregolamentato non permettono, nemmeno nell'era digitale, di offrire le prestazioni informative necessarie alla società e alla democrazia. La commissione avvia quindi una discussione in merito a tre ambiti d'intervento:

- **Sostegno ai media orientato al futuro:** la reticenza a pagare per i contenuti giornalistici e lo spostamento della pubblicità verso nuovi attori in Internet rendono difficile il finanziamento delle offerte mediatiche private. Alla luce di queste evoluzioni la COFEM reputa necessario introdurre un sostegno ai media online.
- **La SSR nell'era digitale:** in linea di massima la Commissione condivide l'opinione secondo cui la SSR deve essere adeguata alla nuova realtà digitale: la fruizione mediatica avviene infatti sempre di più online e attraverso dispositivi mobili. Ciò non significa però proporre qualsiasi contenuto. Un'organizzazione mediatica pubblica deve distinguersi dai fornitori finanziati esclusivamente tramite la pubblicità. La COFEM ha riflettuto anche sullo sviluppo a lungo termine. In vista di un futuro in cui i media sono diffusi via Internet a banda larga e consumati principalmente su richiesta (*on demand*), l'adeguamento del servizio pubblico alla realtà digitale va riflettuto fino in fondo. Il mandato della SSR deve essere rinegoziato. Occorre discutere quali contenuti debbano essere proposti per adempiere questo mandato in condizioni di produzione e fruizione completamente diverse. Un'altra questione al centro del dibattito è come debbano essere elaborati i contenuti affinché siano rilevanti per gli utenti. Come garantire che raggiungano la popolazione, considerato il ruolo svolto dalla nuova selezione attraverso intermediari e algoritmi? In questo futuro *on demand*, anche la necessità, logicità e praticabilità del finanziamento tramite la pubblicità non possono essere date per scontate per i fornitori di contenuti del servizio pubblico o devono essere almeno riconsiderate in modo critico.
- **Autodeterminazione nell'utilizzo dei media:** delle regole relative all'accesso alla rete, alla neutralità e agli algoritmi dovrebbero continuare a garantire alla popolazione un ac-



## Comunicato stampa • **Particolarità dei media**

cesso ad un'offerta mediatica completa e variata. Ciò comprende anche la reperibilità delle offerte giornalistiche. Allo stesso tempo, la digitalizzazione esige un'elevata competenza mediatica da parte degli utenti. Oltre all'utilizzo di dispositivi tecnici è d'importanza centrale essere in grado di valutare la credibilità e gli interessi delle fonti e di comprendere come funzionano il giornalismo e i social network. Le competenze mediatiche non devono tuttavia essere intese unicamente in senso passivo come una fruizione competente dei media. Occorre piuttosto adoperarsi affinché gli individui imparino a servirsi dei (nuovi) media in modo attivo per organizzare la propria vita, ad esempio partecipando alla produzione di contenuti o ai processi politici nell'ambito dei media.

### **Indirizzo per domande / informazioni:**

Otfried Jarren, presidente della Commissione federale dei media: [o.jarren@ikmz.uzh.ch](mailto:o.jarren@ikmz.uzh.ch)  
Segretariato della commissione federale dei media: [martina.leonarz@bakom.admin.ch](mailto:martina.leonarz@bakom.admin.ch)

### **Altri rimandi:**

Il documento «Le particolarità dei media nell'era digitale» può essere scaricato all'indirizzo  
<https://www.emek.admin.ch/it/attualita/inizio/>