

4681

fr

0

10 ottobre 2018

Repubblica e Cantone Ticino
Consiglio di Stato
Piazza Governo 6
Casella postale 2170
6501 Bellinzona
telefono +41 91 814 43 20
fax +41 91 814 44 35
e-mail can-sc@ti.ch

Repubblica e Cantone
Ticino

Il Consiglio di Stato

Ufficio federale delle comunicazioni
Divisione Media
rue de l'Avenir 44
Casella postale 252
2501 Bienne

rtvg@bakom.admin.ch

Nuova legge federale sui media elettronici: procedura di consultazione

Signora Consigliera federale,

la ringraziamo per averci dato l'opportunità di esprimere la nostra opinione in merito alla summenzionata procedura di consultazione.

Innanzitutto apprezziamo lo sforzo intrapreso nell'affrontare la complessità delle dinamiche in atto nel settore dell'informazione e la proposta di far nascere una nuova Legge federale sui media elettronici. L'evoluzione tecnologica, i diversi mezzi e modalità con i quali oggi è possibile accedere all'informazione necessitano una nuova regolamentazione del settore dove rimangono invariate tutta una serie di altre esigenze che sono proprie del mandato di prestazioni ossia la promozione in Svizzera della comprensione, la coesione e lo scambio fra le regioni del Paese nel rispetto delle diversità linguistiche e culturali.

La scelta di una legislazione che mantiene come campo d'applicazione le offerte mediatiche della Società svizzera di radiotelevisione (SSR) e le offerte mediatiche che sono oggetto di un accordo sulle prestazioni e i programmi televisivi svizzeri è comprensibile, rimane però necessaria e urgente una valutazione più ampia del panorama mediatico svizzero, anche in considerazione del fatto che oggi l'offerta mediatica è sempre più proposta da gruppi editoriali che non si limitano ad avere emittenti radio e televisione ma si compongono anche di una o più testate cartacee e online.

Nella nuova legislazione sono state riprese normative preesistenti sulle quali non si vuole qui entrare in merito. Rimangono a guisa d'esempio punti fermi e tutelati tutti gli aspetti legati alla protezione dei minori e l'attenzione verso le persone affette da una disabilità sensoriale, così come viene mantenuta l'equivalenza dell'offerta editoriale SSR nelle diverse regioni linguistiche.

Si denota anche l'impegno a mantenere alto il concetto di qualità e di indipendenza che i mezzi d'informazione che sottostanno a questa normativa devono assicurare, non vi è dunque da parte nostra nulla da aggiungere nel titolo primo (Disposizioni generali) e nel titolo secondo (Principi).

Il titolo terzo è dedicato al complesso e delicato tema della pubblicità e delle sponsorizzazioni. Il compito che si prefigge il legislatore è quello di porre maggiore attenzione alla dimensione di concorrenza tra i vari attori del panorama mediatico svizzero. Se da un lato questo agire è condivisibile, perché mira alla difesa di una pluralità dell'informazione, dall'altro il plafonamento degli introiti per SSR/SRG combinato con il divieto di fare pubblicità online può portare, in particolare in vista dei veloci cambiamenti che il settore vive, a una fragilizzazione dell'offerta del servizio pubblico. Va inoltre segnalato che tali misure rischiano fortemente di fare gli interessi delle grandi aziende mediatiche e online internazionali piuttosto che rinforzare il mercato dei media nazionale.

Altra è la posizione concernente gli accordi di prestazione di altri fornitori di media di cui si tratta nel capitolo 3. La nuova Commissione per i media elettronici (COMME), della quale per altro non si hanno sufficienti elementi per una valutazione se non l'ampio potere che le viene concesso, avrà il compito di rilasciare ai media elettronici privati (radio locali, televisioni regionali e siti online) una concessione con una chiara definizione sul mandato di prestazioni, così come già oggi avviene per la SSR. Va ricordata qui l'importanza delle emittenti private per un'offerta plurale d'informazione, in particolare per una regione linguistica come quella italoфона. Ci si rammarica, in ottica di tutela delle minoranze linguistiche del paese, che sia stata dimenticata la presenza di una radio romancia. Sempre nell'ottica della tutela di realtà regionali, la COMME dovrà dare una chiara definizione di quali siano i valori aggiunti sotto il profilo informativo rispetto alle offerte esistenti nella regione interessata; questo non solo tenendo conto delle regioni e regioni linguistiche, ma anche delle regioni periferiche e di montagna.

Sempre per quanto concerne gli art. 50 e segg., nelle condizioni generali relative agli accordi di prestazione andrebbe aggiunto, oltre a garantire la qualità redazionale, anche l'impegno ad assicurare la formazione dei propri operatori dei media, condizione fondamentale questa per contribuire appunto alla qualità dell'informazione. L'impegno che viene richiesto esige anche di un certo investimento che oggi risulta essere molto alto, anche a livello strutturale, per la necessità di rimanere costantemente al passo con l'evoluzione tecnologica e dei mercati (vedi diritti sportivi). Appare in questo senso troppo corto il lasso di tempo di 5 anni per la validità dell'accordo di prestazioni. Le aziende mediatiche necessitano di un lasso temporale maggiore quale garanzia per poter pianificare gli investimenti e la gestione aziendale e non si vede il motivo per cui l'attuale sistema di concessioni decennali per un mandato di servizio pubblico locale/regionale complementare al mandato nazionale della SSR (con le rispettive zone di concessione e must-carry rule, quota di canone e meccanismo di controllo della qualità e dell'impiego delle risorse) che ha dato buona prova di sé nell'attuale LRTV, debba essere sostituito da un sistema di accordi di prestazione quinquennali non meglio definiti.

Per quanto concerne il sostegno indiretto ai media (art. 71 e segg.) si saluta favorevolmente il supporto alle agenzie di stampa, ma si chiede che vi sia nella valutazione la dovuta attenzione affinché tali agenzie forniscano un servizio nel rispetto del plurilinguismo nazionale. Va inoltre chiarito con quale quota parte tale sostegno verrà attuato; è infatti importante per gli altri attori che sottostanno a questa normativa poter contare sulle quote di finanziamento fin qui previste (per le emittenti private dal 1.1.2019 pari al 6%).

Ci si rammarica inoltre della decisione di non più prevedere e sostenere finanziariamente il mandato a Mediapulse. Gli studi sui dati d'ascolto sono il portfolio per la raccolta della pubblicità da parte dei media e sono dunque di assoluta rilevanza. È importante che questi dati vengano raccolti da un'organizzazione neutrale e senza scopo di lucro. Va mantenuto il principio che ci sia un unico istituto di rilevamento, gestito pariteticamente dalle tre componenti (SSR, privati e ricerca/mercato) e che quindi goda di credibilità e rappresenti una piattaforma di incontro fra le tre esigenze. Una "moneta unica" è fondamentale per il mercato pubblicitario, ma anche per l'opinione pubblica, per le emittenti che devono orientare i propri programmi ai bisogni dell'utenza, come pure per la ricerca scientifica e non da ultimo per lo Stato e l'eventuale COMME.

Vi è inoltre il tema dell'accesso alla trasmissione mediatica di prodotti sportivi. Possiamo osservare come nei paesi confinanti (nel nostro caso l'Italia) la liberalizzazione totale in quest'ambito abbia portato a una frammentazione dell'offerta e a un'escalation pericolosa in fase d'asta dei diritti sportivi. Questo a scapito sia delle aziende acquirenti che si trovano confrontate con prezzi sempre più alti, ma anche a scapito dei fruitori costretti magari ad abbonarsi a più fornitori di media per avere ad esempio accesso a tutto un campionato e non a singoli eventi sportivi, oppure a dover acquistare singole partite perché non comprese nel pacchetto di diritti che le emittenti sostenute dal canone hanno potuto comprare. Come Cantone attento alla questione delle minoranze siamo inoltre contrari all'indebolimento del mandato di servizio per gli Svizzeri all'estero attualmente assegnato alla SSR, come pure a qualsiasi riduzione delle risorse ad esso assegnate. Il numero degli Svizzeri all'estero non cessa di crescere (mediamente del 2% all'anno), come pure la loro mobilità (partenze e ritorni) e le lingue in cui Swissinfo offre i suoi servizi (attualmente 10). Non intravediamo alcun motivo valido per cui tale equilibrio consolidato debba venir rimesso in discussione.

L'ultima valutazione concerne la costituzione della COMME quale nuovo organo di vigilanza. È presentata come Commissione che vuole rendere più distante il rapporto tra i media e lo Stato, nonostante in questi anni quanto svolto dall'Ufcom non abbia mai creato problemi di questo tipo. Il fatto poi che non si dispone oggi di criteri chiari per la scelta di coloro che comporranno la COMME (quali requisiti devono avere? Sono elencati solo i casi di esclusione ma non i criteri di scelta) fa temere che per timore di interventismo statale si passi sotto un organo dove a vigere siano poi interessi particolari (politici, economici, aziendali, regionali, ecc.). Non è ad esempio indicata la garanzia che la COMME, composta da 5 a 7 esperti indipendenti, usi una chiave di riparto dei seggi nell'osservanza della rappresentanza regionale e di genere.

Visti gli enormi poteri conferiti a questo nuovo organo di vigilanza, non si vorrebbe consegnare il futuro dell'informazione dei media elettronici a un gremio composto ad esempio solo da persone del mondo accademico, slegate dalla conoscenza delle difficoltà pratiche che incontrano le aziende del settore. Vi sono inoltre alcuni compiti conferiti alla COMME che a nostro avviso vanno rivisti come l'obbligo di sottoporre all'approvazione di questa nuova COMME ogni collaborazione della SSR con altre entità. Tale proposta ci pare eccessivamente vincolante, tanto per la SSR che per i suoi potenziali partner, e di natura a frenare il dinamismo dell'azienda che andrebbe al contrario incrementato, anche nell'interesse del mercato mediatico, in particolare delle regioni periferiche.

In conclusione ci pare importante ribadire come questo settore sia parte integrante del delicato ingranaggio della nostra democrazia e oggi ha necessità, ancora più in una società dell'informazione ammorbata dalle fake news, di media di qualità che lavorano su basi deontologiche a garanzia di attendibilità.

Ringraziando anticipatamente per l'attenzione che sarà rivolta alle nostre osservazioni, voglia gradire, signora Consigliera federale, l'espressione della nostra massima stima.

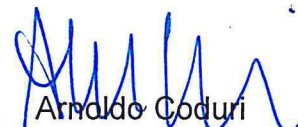
PER IL CONSIGLIO DI STATO

Il Presidente:



Claudio Zali

Il Cancelliere:



Arnoldo Coduri

Allegato:

- questionario

Copia:

- Consiglio di Stato (di-dir@ti.ch, dss-dir@ti.ch, decs-dir@ti.ch, dt-dir@ti.ch; dfe-dir@ti.ch; can-sc@ti.ch)
- Deputazione ticinese alle camere federali (can-relazioniesterne@ti.ch)
- Pubblicazione in Internet



Nuova legge federale sui media elettronici; avvio della procedura di consultazione

Questionario

Parere presentato da:

Cantone <input checked="" type="checkbox"/>	Associazione, organizzazione, ecc. <input type="checkbox"/>
Mittente: Consiglio di Stato del Cantone Ticino Piazza Governo 6 6500 Bellinzona	

Vi invitiamo a farci pervenire il vostro parere se possibile per via elettronica in versione Word, al seguente indirizzo e-mail: rtvg@bakom.admin.ch.

Domande

1. L'avamprogetto di legge prevede che le prestazioni del servizio pubblico debbano essere fornite prevalentemente tramite contributi mediatici audio e audiovisivi. Siete favorevoli a questa restrizione?

Sì

No

Osservazioni:

Appare importante, nella determinazione delle prestazioni del servizio pubblico, tenere in conto le dinamiche in atto in tutto il panorama mediatico della Svizzera e internazionale, questo sia a favore della tutela del servizio pubblico come anche degli altri mezzi d'informazione. Una particolare preoccupazione va in questo senso alle difficoltà della carta stampata e al sempre crescente fenomeno di concentrazione dei media. In questo senso si può rispondere affermativamente alla domanda posta anche se le soluzioni a tutela, in particolare della carta stampata, andrebbero trovate non a discapito del servizio pubblico.

2. Attualmente le concessioni radiotelevisive sono rilasciate dal Consiglio federale (SSR) e dal DATEC (altre emittenti), l'UFCOM assume la funzione di autorità di vigilanza. L'avamprogetto di legge prevede una Commissione indipendente per i media elettronici, che assegna in particolare i mandati di servizio pubblico (concessione SSR e accordi sulle prestazioni con altri fornitori di media) e ne verifica il rispetto. Decide inoltre sul sostegno indiretto ai media (art. 71 – 74, v. sotto). Siete favorevoli all'istituzione di una tale commissione indipendente?

Sì

No

Osservazioni:

La risposta affermativa si riferisce essenzialmente alla separazione dal governo della regolamentazione dei media che segue il principio dell'indipendenza dei media dallo Stato.

Vi sono però molte perplessità sia sul potere conferito a questa commissione sia sull'organizzazione della medesima. In particolare si teme che la composizione non rispecchi chiavi di riparto linguistiche, regionali e di genere. Così come si ritiene che questa commissione sia dotata di eccessivo potere decisionale.

3. Attualmente è il Consiglio federale che attribuisce la concessione alla SSR. L'avamprogetto di legge prevede di assegnare questo compito alla Commissione indipendente. A vostro avviso, chi dovrebbe attribuire la concessione alla SSR?

La Commissione indipendente

Il Consiglio federale

Osservazioni:

In considerazione del fatto che è il Consiglio federale a determinare il finanziamento della SSR per logica dovrebbe egli stesso conferire il mandato di prestazione e dunque attribuire la concessione.

4. Attualmente il Consiglio federale definisce il divieto di pubblicità online della SSR nell'ordinanza. L'avamprogetto di legge prevede ora di sancire questo divieto nella legge. Ritenete giusto che un tale divieto sia sancito a livello di legge?

Sì

No

Osservazioni:

La struttura della legge e dell'ordinanza si differenziano per una serie di motivi, tra questi la seconda, più facilmente modificabile, permetterebbe di intervenire celermente con una modifica in caso questa si rivelasse necessaria. In considerazione della velocità con la quale le nuove tecnologie e i nuovi sistemi di fruizione dell'informazione intervengono a modificare il panorama mediatico svizzero e internazionale ci pare fondamentale poter intervenire con misure di aggiustamento in tempi utili, cosa che è resa molto più difficile se da attuare a livello di modifica di legge.

5. L'avamprogetto di legge prevede che il Consiglio federale possa obbligare la SSR a utilizzare una parte dei propri mezzi finanziari per coproduzioni con altri fornitori di media svizzeri nei settori dell'intrattenimento e dello sport (art. 39). Accogliete questa proposta?

Sì

No

Osservazioni:

L'idea generale di cooperazione tra la SSR e gli altri attori del panorama mediatico svizzero ci pare una buona ricetta, al contempo questo obbligo dovrebbe restare entro certi limiti. Non va dimenticato infatti che il canone viene prelevato con lo scopo primario di sostenere il servizio pubblico d'informazione.

6. L'avamprogetto di legge prevede diverse misure di sostegno indiretto ai media (art. 71-74). Siete fondamentalmente favorevoli a questo tipo di misure?

Sì

No

Osservazioni:

Come già anticipato è fondamentale che vi sia un sostegno ai media in forma trasversale per contribuire al mantenimento della pluralità dell'informazione.

7. Una misura di sostegno indiretto ai media riguarda la formazione e la formazione continua degli operatori dei media. L'avamprogetto di legge prevede di sostenere istituti di formazione e di formazione continua (art. 71). Ritenete questa misura opportuna?

Sì

No

Osservazioni:

La formazione degli operatori dei media è uno degli elementi che contribuisce alla qualità dell'informazione ed è pertanto fondamentale. Accanto a tale sostegno andrebbero analizzate altre misure per ovviare a problemi più pratici quali la difficoltà concreta delle redazioni di concedere il tempo necessario ai propri collaboratori per formarsi a causa delle redazioni che si sono andate riducendo in unità.

8. L'avamprogetto di legge prevede, quale altra misura di sostegno indiretto ai media, il sostegno a organizzazioni di autoregolamentazione dei media e ad agenzie di stampa (art. 72 seg.). Siete favorevoli a questa misura?

Sì

No

Osservazioni:

Il sostegno alle agenzie di stampa ci pare sensato sotto diversi aspetti, ma ci preme sottolineare per noi anche l'importanza che venga mantenuta un'offerta di qualità anche in lingua italiana.

Anche il sostegno a organizzazioni di autoregolazione come il Consiglio svizzero della stampa possono contribuire al mantenimento di un'alta qualità professionale e d'informazione in particolare in un mondo confrontato con fake news e comunicazione manipolata.

9. L'avamprogetto di legge prevede il sostegno ad agenzie di stampa (v. domanda 8). Riterreste opportuno conferire un mandato per la fornitura di prestazioni di agenzia alla SSR anziché a un'agenzia di stampa?

Sì

No

Osservazioni:

Ci pare che la funzione delle agenzie di stampa sia quella di fornire un'informazione di qualità e neutra a servizio di tutti i media che hanno poi il compito sulla base dei dispacci di agenzia di approfondire l'informazione. La SSR svolge anch'essa il compito di approfondimento, attribuirle anche il compito di agenzia creerebbe confusione e uno stato di concorrenza che non gioverebbe a nessuno degli attori del panorama mediatico svizzero.

10. L'avamprogetto di legge prevede, quale altra misura di sostegno indiretto ai media, il versamento di contributi a infrastrutture digitali innovative volte a migliorare la qualità delle informazioni e a promuovere la varietà (art. 74). Siete favorevoli a questa misura?

Sì

No

In caso di risposta affermativa: quali sarebbero le prerogative necessarie affinché un progetto sia sostenuto?

Osservazioni:

11. Oltre a quelle citate, ci sono ancora altre misure di promozione a favore dei media elettronici che ritenete necessarie e opportune?

Sì

No

In caso di risposta affermativa, quali?

Osservazioni: