MOZIONE

Giovani e informazione: un abbonamento come incentivo

del 24 marzo 2025

Il tema dell'accesso dei giovani all'informazione è di grande attualità e viene dibattuto in molti ambiti. Il predominio sempre maggiore dei social media pone un problema maggiore: l'accesso all'informazione è limitato dai formati dominanti nei social media (video brevi, titoli accattivanti, poco approfondimento) e dal predominio in questo settore delle grandi corporation globali. Un fenomeno che crea un sistema di informazione sempre più difficile da decifrare ed espone a rischi di manipolazioni. Citiamo ad esempio le conclusioni di uno studio del 2022, *Reaching Swiss Digital Natives with News*, frutto della collaborazione tra USI, Università di Zurigo e di Losanna.

“In Svizzera, quasi un terzo dei giovani svizzeri ha poco o nessun interesse per le notizie. Diversi studi mostrano come gli eventi mondiali quotidiani sono di secondaria importanza per ragazzi e ragazze, che utilizzano raramente fonti di informazione e quindi sviluppano un'alfabetizzazione limitata nell'affrontare e nell'elaborare le notizie che a sua volta li rende più soggetti/vulnerabili alla disinformazione.”

C'è poi il fenomeno delle “bolle”, dentro le quali si tende a navigare, orientati e diretti dagli algoritmi che portano ad avere contatti e informazioni che vanno solo nella direzione di confermare le proprie opinioni o il proprio credo, senza aprirsi al confronto.

In questo contesto perde sempre più peso l'interesse e l'attenzione per i temi politici e sociali di valenza nazionale o regionale, ciò che rappresenta un pericolo per l'informazione e, in ultima analisi, per l'esercizio della democrazia.

Questo fenomeno si intreccia con le gravi difficoltà dei giornali, confrontati con una crisi delle entrate pubblicitarie, con gli inserzionisti che si rivolgono sempre più verso il mercato dell'online.

Nel 2023 il fatturato del mercato svizzero della pubblicità si è attestato a 4.2 miliardi di franchi. La parte della stampa ha registrato un calo del 3.2% per cento, scendendo a 711 milioni. Le piattaforme tecnologiche globali non sono incluse nella pubblicità online perché non partecipano all'indagine della Fondazione statistica svizzera della pubblicità. Si deve dunque procedere con una valutazione, dalla quale emerge che le entrate di YouTube, della pubblicità sui motori di ricerca e dei social media, che affluiscono quasi esclusivamente all'estero, ammontano a una cifra stimata fra 1,8 e 2,2 miliardi di franchi, con una crescita dell'8% nel 2023. Ciò significa che le piattaforme straniere continuano ad assicurarsi la fetta più grande della torta pubblicitaria svizzera.

Questa situazione si è riverberata sulle due testate quotidiane ticinesi: sia il Corriere del Ticino (2019: soppressione di nove posti di lavoro con sette licenziamenti e due prepensionamenti) sia La Regione (2025: soppressione con licenziamenti di 5.5 posti di lavoro in redazione) hanno dovuto ridurre gli effettivi con una conseguente penalizzazione dell'offerta giornalistica. Un prezzo pesante per collaboratrici e collaboratori colpiti dalle misure di ristrutturazione, ma anche per il pubblico, privato di una parte dell'offerta.

Di fronte a queste situazioni, riteniamo sia urgente intervenire per lo meno con misure che diano un piccolo contributo sia incentivando la popolazione giovanile ad accedere all'informazione di qualità che abbia un occhio attento all'attualità nazionale e a quella regionale sia dando un po' di fiato alle finanze delle due testate quotidiane ticinesi.

Con questa mozione chiediamo dunque al Consiglio di Stato di creare un fondo per fornire un abbonamento gratuito alla versione online del Corriere del Ticino e della Regione per le e i diciottenni residenti in Ticino.

Una misura simile è già applicata dal Canton Friburgo, che ha approvato una mozione in tal senso e poi messo in vigore una legge di applicazione (Loi sur l'accès aux médias du 21.03.2024, entrée en vigueur le 1.1.2024).

Il bilancio del 2024 dice che le richieste di abbonamento gratuito alle pubblicazioni regionali a pagamento sono state 454 (su un totale di 3800 diciottenni, 12%) e che la spesa per il cantone sarà di circa 55 mila franchi, tenendo conto di un costo di abbonamento tra i 90 e i 150 franchi. Friburgo aveva messo a budget 150 mila franchi.

In Ticino i diciottenni sono 3300 (il dato si ripete più o meno stabile per i prossimi anni): valutando dunque la percentuale simile a quella registrata nel Canton Friburgo si arriverebbe a circa 400 abbonamenti. L'abbonamento alla versione online della Regione costa 120 franchi, quello al Corriere del Ticino 129.

I sottoscritti firmatari chiedono attraverso questa mozione al Consiglio di Stato:

- di creare un fondo di almeno 50 mila franchi destinato a finanziare la concessione di un abbonamento gratuito alla versione online dei quotidiani ticinesi (Corriere del Ticino e La Regione)
- di elaborare un regolamento che disciplini l'accesso all'abbonamento per le e i diciottenni (fruibile solo nell'anno di compimento della maggiore età e non rinnovabile)
- di elaborare una campagna di informazione sui propri siti e social media, sollecitando anche i Comuni a pubblicizzare l'iniziativa
- di fornire annualmente i dati di utilizzo della possibilità di abbonamento gratuito e di valutare il risultato dell'operazione dopo tre anni per deciderne un eventuale prolungamento.

Maurizio Canetta

Mirante - Mossi Nembrini - Petralli - Pini -

Pronzini - Savary - Zanini Barzaghi