

TITOLO

## RSI 2017, BOOM DELL'ONLINE: IL FUTURO DIGITALE È GIÀ QUI

**I programmi TV della RSI sono sempre i più amati dal pubblico, che li consuma massicciamente anche su web e social media.**

Dal salotto di casa o sul telefonino, con il tablet o tramite la social TV, anche sui nuovi supporti i contenuti della RSI continuano ad essere i più amati dal pubblico. Lo confermano i dati d'ascolto del 2017.

Metà dei telespettatori della Svizzera italiana si raccolgono tutti i giorni davanti alla TV per guardare il *Telegiornale* e il *Quotidiano*. L'aumento delle produzioni realizzate nella nostra regione, con personale e contenuti legati al territorio, è stato fortemente premiato. La serata speciale "+3" sui cambiamenti climatici ha tenuto per tre ore davanti al teleschermo quattro spettatori su dieci.

Altri programmi legati alle radici, alla musica e al dialetto come *La mia banda suona il folk*, la serata finale di *Bande e Cuori* e la commedia di Capodanno sono stati seguiti con entusiasmo dal pubblico legato ai valori e alla cultura della regione. Nella classifica dei programmi più visti del 2017, le puntate di *Patti Chiari* sulle verdure indigeste sono seconde solo alle partite che hanno portato la Nazionale di calcio agli Europei. Una ricchissima offerta sportiva in chiaro raccoglie i favori di un vasto pubblico di appassionati. Ottimi risultati d'ascolto anche per la documentaristica: non a caso nella top ten figura la puntata di *Storie* dedicata agli agenti di polizia.

La tendenza a consumare sempre più i prodotti TV su web o tramite App si è ulteriormente accentuata negli ultimi 12 mesi. E la RSI viene gradita dagli utenti qualunque sia lo strumento da essi scelto (televisione, tablet, PC, smartphone, social). Anche, ma non solo, dai più giovani, che la TV la guardano sul web e cercano su internet i loro contenuti preferiti. Pensiamo a *Nouvo*, che si è subito affermato come una delle più apprezzate pagine social di video-news.

Ma non sono solo i giovani a scegliere le modalità di consumo più moderne. La TV tradizionale, con una quota di mercato del 35,9% (-1,2%) nel prime time e del 27,8% (-1,6%) sulle 24 ore, registra un lieve assestamento tipico degli anni dispari, privi dei grandi eventi sportivi. A fronte di ciò, la fruizione online dei contenuti RSI è letteralmente esplosa: sito, App e social media hanno registrato nel 2017 quasi un "play" al secondo, per un totale di 25 milioni.

La nostra radiotelevisione sta insomma riuscendo a completare con successo il passaggio a un futuro digitale che è già parte del nostro presente.

CONTATTO

[Comunicazione@rsi.ch](mailto:Comunicazione@rsi.ch)

LUOGO E DATA

Lugano, 11 gennaio 2018