

Rapporto di sostenibilità 2022 (dati 2021)



RSI

NEL TUO MONDO

Scheda anagrafica



Settore:

Media



Nome dell'organizzazione

RSI – Radiotelevisione svizzera di lingua italiana

Attività, marchi, prodotti e servizi

RSI LA 1, RSI LA 2, Rete Uno, Rete Due, Rete Tre, RSI.ch, Play RSI, app RSI News, app RSI Sport

Luogo della sede principale

Berna

Luogo dell'attività

Comano – Lugano Besso

Proprietà e forma giuridica

SSR Società Svizzera di Radiotelevisione

Proprietà e forma giuridica (controllata/filiale)

Succursale della Società Svizzera di Radiotelevisione con sede a Berna

Proprietà e forma giuridica

La SRG SSR è un'azienda di servizio pubblico senza scopo di lucro gestita secondo il diritto delle società anonime.

Informazioni sul personale

L'azienda nel 2021 aveva 1116 dipendenti, equivalenti a 1006 FTE.

Dimensioni dell'organizzazione (fatturato annuale)

Nel 2021 il budget dell'azienda ammontava a 221 milioni di franchi.

Perimetro e periodo di rendicontazione

I dati e le informazioni contenute nel presente documento sono riferiti alle sedi RSI presenti nella Svizzera italiana nel periodo 01.01.2021 – 31.12.2021, che corrisponde anche alla data di chiusura del bilancio.

Contatto

Per ulteriori informazioni:
Daniele.Vacalli@rsi.ch

Indice

01	Scheda anagrafica	1	07	Gli indicatori di territorio	19	08	Conclusioni	45
02	Lettera agli stakeholder	4		Rapporti con il pubblico	21		Schema riassuntivo	46
03	Chi siamo	6		Rapporti col mercato			Gli obiettivi	48
04	La nostra storia	8		1. Distribuzione del valore economico	23			
05	I nostri numeri	10		2. Investimenti in ricerca e sviluppo	24			
06	La nostra idea di sostenibilità	12		3. Rapporto con i fornitori	24			
	Politica di governance	14		Rapporto con le collaboratrici e i collaboratori				
	Finanziamento e modello di business	15		4. Formazione	27			
	Struttura organizzativa	16		5. Diversità e inclusione	28			
	Mappa degli stakeholder	17		6. Contratti di lavoro	30			
				7. Welfare aziendale	31			
				Relazioni con la comunità				
				8. Progetti per la comunità	35			
				Gestione ambientale				
				9. Materiali	39			
				10. Energia	40			
				11. Risorse idriche	41			
				12. Emissioni di GHG	41			
				13. Gestione dei rifiuti	42			
				14. Investimenti	43			
				15. Biodiversità	43			

Il presente rapporto è stato redatto secondo il modello promosso da AITI - Associazione industrie ticinesi e realizzato in collaborazione con SUPSI - Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana.

© Tutti i diritti riservati. Non sono consentite la redistribuzione e/o la pubblicazione totale o parziale dei contenuti e delle immagini, se non espressamente autorizzate dall'autore.

Lettera agli stakeholder



Mario Timbal
Direttore RSI

Per un'azienda di servizio pubblico la sostenibilità è un valore fondativo e un obiettivo condiviso, da raggiungere attraverso l'adozione sistematica di scelte innovative e comportamenti virtuosi in tutti gli ambiti della sua attività.

Tra la pubblicazione del primo rapporto di sostenibilità RSI, relativo agli anni 2019-2020, e questa seconda edizione che si concentra sul 2021, molto sembra essere cambiato nella sensibilità del pubblico nei confronti di queste tematiche. L'attenzione per la sostenibilità ha smesso di essere un'attitudine pionieristica, si è diffusa in ogni ambito della vita sociale ed economica, e di recente si comincia a parlare di sostenibilità anche nella sfera culturale. È senz'altro una buona notizia.

Se ciò sia sufficiente per essere ragionevolmente ottimisti, tuttavia, è un altro paio di maniche. Se anzi pensiamo ad una delle definizioni più diffuse di sostenibilità, e cioè "soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli della generazione futura", ho l'impressione che nel complesso siamo ancora ben lontani da quell'obiettivo. Altre notizie, dal fronte climatico come da quello degli equilibri (sarebbe meglio dire "squilibri") internazionali, sembrano decisamente indurre ad una maggiore cautela.

Dal nostro punto di vista, questa è una ragione in più per aumentare ulteriormente il ricorso a pratiche e culture ispirate alla sostenibilità. Se essere sostenibili significa adottare comportamenti virtuosi in tutti i settori della propria attività – e non solo in quelli che possono influire direttamente

sull'ambiente e sul cambiamento climatico – un'azienda mediatica di servizio pubblico non può limitarsi "semplicemente" ad agire ispirandosi a criteri ambientali ed ecologici. Appare sempre più necessario accompagnare una riflessione collettiva sul modo in cui le nostre scelte influenzano, ogni giorno, il futuro delle generazioni che verranno.

Questo significa non solo adottare una narrazione adeguata alla complessità del nostro tempo e all'urgenza delle tematiche legate alla sostenibilità, ma anche coltivare pratiche virtuose in ambiti come quelli della parità di genere, di accesso e di trattamento, dell'intergenerazionalità e della responsabilità sociale. Coltivando rapporti sempre più stretti con i nostri stakeholder. E procedendo – come scrivevo già nella prima edizione di questo rapporto – "su un percorso di comunicazione e condivisione all'insegna della trasparenza e di un sempre più stretto scambio con ciò che ci sta attorno, di cui siamo immagine e specchio".

Chi siamo



La RSI, Radiotelevisione svizzera di lingua italiana, è la filiale italo-fona della SSR, l'azienda del servizio pubblico radiotelevisivo nazionale.

La RSI si rivolge prioritariamente al Canton Ticino e alle quattro valli del Grigioni italiano, nonché agli italo-foni del resto del Paese. Produce e distribuisce in tutta la Svizzera contenuti audio e audio-video in lingua italiana su due canali TV – LA 1 e LA 2 – e tre reti Radio: Rete Uno (generalista), Rete Due (musicale e culturale) e Rete Tre (all'insegna dell'accompagnamento).

RSI mette a disposizione del pubblico anche una sempre più importante offerta online e social. Tutte le produzioni audio-video di cui RSI detiene i diritti sono disponibili in streaming su [RSI.ch/play](https://www.rsi.ch/play).

RSI ha sede a Lugano e Comano (Canton Ticino). Terminati i lavori attualmente in corso, il Campus di Comano accoglierà nei prossimi anni anche gli studi della Radio, oggi ospitati in parte nella storica sede di Lugano-Besso, patrimonio architettonico e culturale.

Mandato

Il mandato di servizio pubblico della SSR, Società svizzera di radiotelevisione, poggia sulla Costituzione federale, la Legge sulla radiotelevisione e la Concessione SSR. Attraverso i suoi programmi in Radio, TV e su internet l'azienda SSR garantisce alla popolazione svizzera un servizio universale e generalista. La sua missione è informare, formare e intrattenere tutte le componenti del pubblico.

La Mission SSR

“Sosteniamo la formazione democratica dell'opinione pubblica. Forniamo informazioni equilibrate sugli avvenimenti in Svizzera e nel mondo, inserendole nel loro contesto.

Lavoriamo per una maggiore diversità a tutti i livelli e ne forniamo una rappresentazione corretta. Rafforziamo l'apertura e la comprensione reciproca, promuovendo la creazione culturale, accompagnando e valorizzando gli eventi culturali, sportivi e di intrattenimento.

Contribuiamo alla coesione della società svizzera e ci adoperiamo per rafforzare la solidarietà e la comprensione reciproca”.

Principi relativi all'offerta editoriale (Art. 3 Concessione SSR)

L'offerta editoriale della SSR consiste in programmi radiotelevisivi e contributi online.

1. Risponde all'interesse generale e offre al pubblico un orientamento affidabile nello Stato e nella società. Si basa sui capisaldi di una società democratica, come definiti nella Costituzione federale e nei trattati internazionali vincolanti per la Svizzera, e rispetta la dignità umana dell'individuo.
2. La SSR si impegna a presentare e rappresentare i sessi in modo adeguato nella sua offerta editoriale.
3. Attraverso l'intera offerta editoriale promuove la comprensione, la coesione e lo scambio fra le regioni del Paese, le comunità linguistiche, le culture, le religioni e i gruppi sociali e prende in considerazione le particolarità del Paese e i bisogni dei Cantoni.
4. Con la propria offerta editoriale tiene in considerazione le diverse esigenze e gli interessi del pubblico e si adopera nell'ottenere un vasto consenso e una buona reputazione presso i diversi gruppi di destinatari e d'interesse.
5. Produce offerte equivalenti in tedesco, francese e italiano e tiene conto del romancio in modo adeguato.



Sosteniamo la formazione democratica dell'opinione pubblica.

La nostra storia

RSI ha alle spalle oltre 90 anni di storia. La radio prima, poi la tv, infine la galassia multimediale, hanno rappresentato decennio dopo decennio un punto di riferimento imprescindibile per il Canton Ticino e il Grigioni italiano. La solidarietà confederale ha permesso alla minoranza italoфона su tutto il territorio di disporre di un'offerta mediatica di servizio pubblico equivalente a quella delle altre regioni della Svizzera. Soddisfacendo le esigenze di un'informazione imparziale e pluralista, e contribuendo alla formazione e all'intrattenimento di tutte le fasce della popolazione.

I primi anni

Il 22 maggio del 1932 nasceva Radio Monteceneri, che portò nelle case della Svizzera italiana le notizie dal mondo, quelle sportive, i radiodrammi, la Radiorchestra che promuoveva la cultura musicale. Presto nacque la radioscuola, per raggiungere anche gli allievi dei paesi più discosti. La nostra radio diventò la voce di chi si opponeva al fascismo, permettendo agli italiani di ascoltare notizie e idee non filtrate dalla censura. Nel dopoguerra arriveranno le prime rubriche: dall'Orà della terra al Sabato dei ragazzi, alle Voci del Grigioni italiano, che è oggi il programma d'informazione più longevo al mondo. Seguiranno le Cronache della svizzera italiana, Orizzonti ticinesi e tante altre. Il "secondo programma" della radio sarà inaugurato nel 1956. Solo nel 1983 le due reti si chiameranno "Rete Uno" e Rete Due", cui nel 1988 si aggiungerà la "giovane" Rete Tre.

Gli anni '50

Poi arriverà la televisione. Dopo il primo servizio sperimentale, nato il 20 luglio del 1953 nella Svizzera tedesca, nel 1958 cominciano le trasmissioni in italiano: un'ora al giorno, martedì riposo. Nel 1961 gli studi si spostano a Lugano. Nasce il Regionale, che mostra e racconta per la prima volta il Ticino ai ticinesi. Il telegiornale, fino al trasferimento a Comano nel 1988, va in onda da Zurigo.

Gli anni '60-70

Nel 1968 la TSI fu la prima tv a colori in lingua italiana. Era seguita fin nel sud Italia: a volte raccontava agli italiani notizie a loro sottaciute, se non censurate. E i commentatori sportivi erano apprezzatissimi. La radio e la tv, sia in patria che all'estero, brillavano per affidabilità, credibilità, varietà di opinioni, pacatezza. L'intrattenimento proponeva tanti grandi nomi dello spettacolo e della musica italiani. I bambini hanno sempre avuto programmi tutti loro, con personaggi come Scacciapensieri celebri ancora oggi. Le rubriche giornalistiche che hanno segnato gli anni 70 sono arrivate fino a noi, magari cambiando nome, cambiando pelle, ma continuando ad offrire la qualità che le ha sempre contraddistinte.



Gli anni '90

Il 1° ottobre 1997 fa il suo esordio il secondo canale, TSI 2, che assume fin dall'inizio una fisionomia complementare a quella della rete ammiraglia. La scelta iniziale di dedicare la Due a sport, programmi di nicchia e repliche delle emissioni più importanti si rivela vincente, risolve l'annosa questione della programmazione sportiva (che inevitabilmente divide, e in passato aveva portato a frequenti emorragie di pubblico) e permette alle reti TSI di assestarsi su quote di mercato di tutto rispetto. Nell'arco di un paio di decenni, la TSI è passata da 5-6 ore di programma quotidiano a due palinsesti completi che "girano" 24 ore su 24, e riesce a farlo – nonostante l'aumento dei costi e i diritti tv che salgono alle stelle – con risorse finanziarie pressoché invariate.

Il 2000

Nel 2009 l'azienda radiotelevisiva smette di essere divisa in due – tv da una parte, radio dall'altra – e diventa un unico centro di produzione multimediale. Il cambiamento si riflette nel branding: l'attuale "RSI" prende il posto della vecchia sigla RTSI. Potere della convergenza: non si parla più di mondi separati – tv, radio, internet –, ma di un universo mediatico frammentato di cui il servizio pubblico è chiamato a offrire una chiave di lettura unitaria.

Nel 2012, dopo alcuni anni di sperimentazione con la rete nazionale HD Suisse, l'alta definizione diventa lo standard televisivo. L'era degli schermi sempre più grandi e dell'aumento esponenziale della qualità delle immagini (e del suono) entra nel vivo.



Oggi

La rivoluzione digitale cambia radicalmente anche la fruizione dei contenuti: il motto "anything, anytime, anywhere" diventa pratica quotidiana; il pubblico, sempre più abituato al consumo multimediale, si svincola dalla logica del palinsesto e fruisce dei contenuti audiovisivi RSI su ogni dispositivo: smart TV, computer, tablet, telefonini. È l'era della moltiplicazione degli schermi, delle "app" per smartphone, dei contenuti adattati al consumo sui social.

I nostri numeri

Sebbene sia difficile riassumere in un colpo d'occhio l'insieme delle pratiche aziendali RSI, i "fatti e cifre" elencati in queste pagine contribuiscono a collocare in una corretta prospettiva le attività della radiotelevisione, correlando gli aspetti finanziari con l'attività editoriale e i risvolti lavorativi.

221M^{CHF}

è la cifra che la **RSI ha ricevuto** nel 2021 dalla SSR per produrre e trasmettere i suoi programmi. Proviene in gran parte dalla tassa di ricezione e dalla pubblicità.

335^{CHF}

è ciò che pagano i cittadini svizzeri per la **TASSA DI RICEZIONE**. Una cifra superiore alla media europea, perché gli svizzeri sono solo 8,6 milioni, e la SSR deve produrre programmi in quattro lingue.

500

circa sono i **POSTI DI LAVORO** creati nelle imprese della Svizzera italiana grazie alla presenza della RSI.

1'116

sono (al 31.12.2021) **le collaboratrici e i collaboratori della RSI**. 717 uomini e 425 donne, per un totale di 1006 unità lavorative a tempo pieno. I frontalieri sono il 2%, e cioè lo 0,03% dei frontalieri attivi in Ticino.

70

sono le **PROFESSIONI** esercitate alla RSI ad alto contenuto tecnologico (conduttori, giornalisti, cameraman, registi, tecnici del suono, montatori, media manager, infografici, operatori multimediali, cam cutter, videomaker, costumisti, truccatrici, script...*)

6.5M^{CHF}

è la cifra spesa dalla RSI nel 2021 per sostenere la **VITA CULTURALE** nella Svizzera italiana e comprende il contributo all'OSI, all'attività concertistica e a Locarno festival.

150

sono i **CONCERTI** prodotti e registrati dalla RSI nel 2021. Sono compresi gli appuntamenti con l'OSI, le esibizioni di Barocchisti e Coro della RSI, la stagione Tra Jazz e nuove musiche con gli altri concerti legati a Rete Due e gli showcase.

37.5%

è lo **SHARE** complessivo di LA1 e LA2 nel Prime Time (dalle 18 alle 23). Nell'arco delle 24 ore lo share è del **29.8%**. Alle spalle di LA 1, i canali più seguiti nella Svizzera italiana sono stati, nell'ordine: Canale 5, LA 2, Rai 1, Italia 1.

4'237

su 8'757, sono le **ORE DI PRODUZIONE propria in prima TV**, repliche escluse, dei canali tv della RSI. Sono molto meno che in radio, perché la produzione televisiva è molto più costosa di quella radiofonica.

* Molte di queste professioni, ad alto contenuto tecnologico, non potrebbero essere esercitate nella Svizzera italiana se non ci fosse la RSI.

192M^{CHF}

È IL **CONTRIBUTO DELLA RSI ALL'ECONOMIA DELLA SVIZZERA ITALIANA**: STIPENDI, ONERI SOCIALI, FINANZIAMENTI A MANIFESTAZIONI E ORGANISMI CULTURALI, ACQUISTO DI BENI E SERVIZI DA FORNITORI DELLA REGIONE (LA CIFRA NON COMPRENDE L'INDOTTO).

170'000

sono i **CONTATTI MEDI GIORNALIERI** dei canali TV della RSI nella Svizzera italiana. Inoltre, LA 1 e LA 2 sono viste tutti i giorni da 22'000 persone nella Svizzera tedesca, e 15'000 nella Svizzera romanda.

57.7%

è la **QUOTA DI MERCATO** complessiva nel 2021 delle reti radio RSI nella Svizzera italiana. Rete Uno è la più ascoltata con il 34,2% di qdm. Rete Due totalizza il 5,5%, mentre Rete Tre è seguita dal 17,9% dei radioascoltatori.

9'761

su 22'770 (repliche escluse) sono le **ORE DI PRODUZIONE PROPRIA** delle tre reti radio della RSI.

158'500

sono i **CONTATTI MEDI GIORNALIERI** delle tre reti radio RSI nella Svizzera italiana.

263

sono i **PROGRAMMI RSI PRESENTI SU PODCAST**. Più ampia è l'offerta di PLAY RSI, la app che permette di guardare e ascoltare i programmi RSI sia dal vivo che in differita.

78.2

MILIONI DI VOLTE sono stati cliccati i **contenuti audio e video** della RSI, ovvero 2,5 "play" al secondo.

10

sono i **SOCIAL MEDIA** su cui la RSI è presente (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok, Spotify, Google podcast, Apple podcast, LinkedIn). L'interazione tra canali tradizionali e internet permette di rafforzare lo scambio e il legame con il pubblico.

98'000

PERSONE seguono la pagina RSI di Facebook, affiancata da una quindicina di altre pagine dedicate a singoli programmi o alle reti radio.

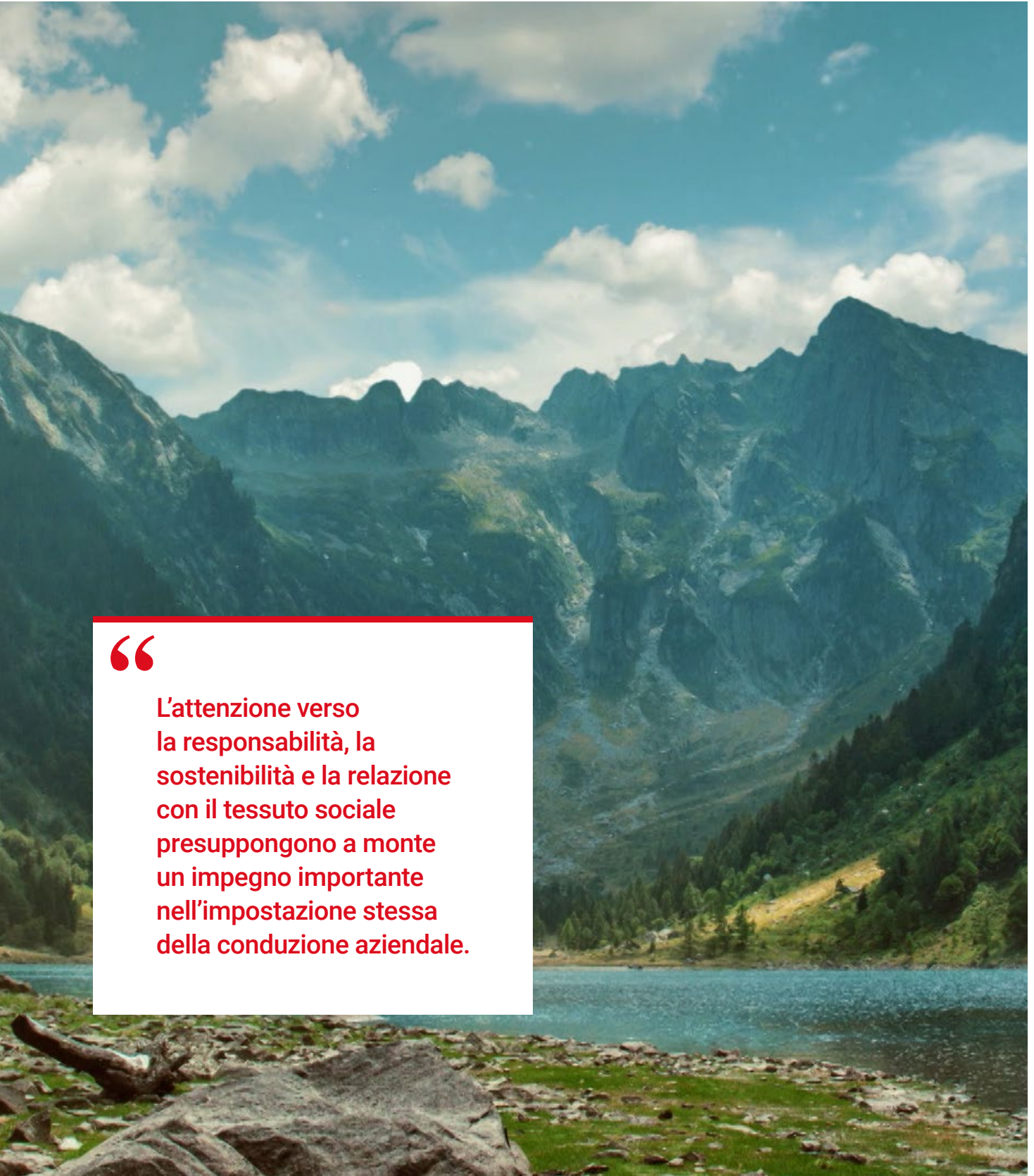
7

sono le **APP**, presenti su Apple store e Android market, legate all'offerta RSI: RSI.ch mobile, RSI News, Play RSI, Play Suisse, RSI Sport, Zerovero e Psst psst... amici, dedicata a Peo.

La nostra idea di sostenibilità

“

L'attenzione verso la responsabilità, la sostenibilità e la relazione con il tessuto sociale presuppongono a monte un impegno importante nell'impostazione stessa della conduzione aziendale.



La responsabilità sociale d'impresa ha per oggetto l'impatto delle diverse attività dell'azienda sulla società e sull'ambiente. Prende le mosse da una considerazione di base: l'identità di un'azienda, in special modo quando essa opera nell'ambito del servizio pubblico, è strettamente legata ai rapporti che essa intrattiene con tutte le componenti della società in cui opera.

Per la RSI, al di là del suo specifico mandato che è legato alla realizzazione e diffusione di prodotti audiovisivi, questo significa compiere uno sforzo particolare per integrare le preoccupazioni sociali e ambientali nel tessuto stesso della sua organizzazione: nelle modalità produttive, nella gestione delle risorse umane, nei rapporti commerciali e in quelli con l'insieme dei suoi interlocutori, interni ed esterni all'azienda: quelli che la letteratura definisce stakeholder, ovvero "portatori d'interesse".

Costruire una rete di rapporti all'insegna della collaborazione e del rispetto reciproco e andare incontro alle aspettative di ognuno degli stakeholder significa offrire un contributo concreto alla qualità della vita e rappresentare un modello virtuoso per le pratiche aziendali dell'insieme delle imprese presenti sul territorio.

Nell'accezione fatta propria dalla RSI, la responsabilità sociale non si estende solo ai cosiddetti stakeholder diretti, come il personale, il pubblico, i fornitori. Essa infatti si fa carico di costruire relazioni reciprocamente vantaggiose per tutti i soggetti che possono in qualche modo influenzare o essere influenzati dall'attività aziendale: le istituzioni, i media concorrenti, le diverse categorie socio-economiche presenti nel Paese, le associazioni e così via.

La creazione di valore pubblico che è il risultato di pratiche responsabili rappresenta un fattore chiave per la stessa competitività dell'azienda. Un elemento di primaria importanza in un contesto come quello mediatico, oggi caratterizzato da una fortissima dinamicità e da repentini cambiamenti di scenario dovuti a fattori tecnologici (la trasformazione digitale), commerciali (il crollo della pubblicità sui media tradizionali a favore dei grandi colossi internazionali) e politici (si pensi al dibattito sul servizio pubblico e alle limitazioni imposte negli ultimi anni al budget della SSR).

L'attenzione verso la responsabilità, la sostenibilità e la relazione con tutte le componenti del tessuto sociale presuppongono a monte un impegno importante nell'impostazione stessa della conduzione aziendale. Richiedono forme di governance che tengano conto, già al livello delle scelte strategiche, delle aspettative degli stakeholder, oltre che una gestione mirata delle risorse finanziarie e del capitale umano che permetta di far fronte ai cambiamenti del mercato con creatività, proattività e capacità di innovazione. Si tratta d'altra parte di fattori tutti strettamente interconnessi.

Mettere in atto buone pratiche sostenibili e responsabili non è solo un dovere per un'azienda di servizio pubblico, ma rappresenta un elemento di forte motivazione per quadri, collaboratrici e collaboratori, indispensabile per fronteggiare con successo i mutamenti continui dello scenario in cui l'azienda si trova ad operare.

La responsabilità sociale comporta quindi una revisione dei processi aziendali con la finalità di verificare se si possono raggiungere gli stessi obiettivi, rendendo migliore l'impatto sociale e ambientale del proprio operato. Che si tratti della scelta di un fornitore o del mezzo di trasporto per effettuare una trasferta, di progettare la nuova sede o di definire la programmazione, ragionare in modo sostenibile significa prestare attenzione all'impatto generato da ogni scelta rispetto agli stakeholder coinvolti.

Politica di governance



“

L'equilibrio tra l'impatto economico, sociale e ambientale genera valore condiviso e contribuisce a promuovere uno sviluppo sostenibile.

Finanziamento e modello di business

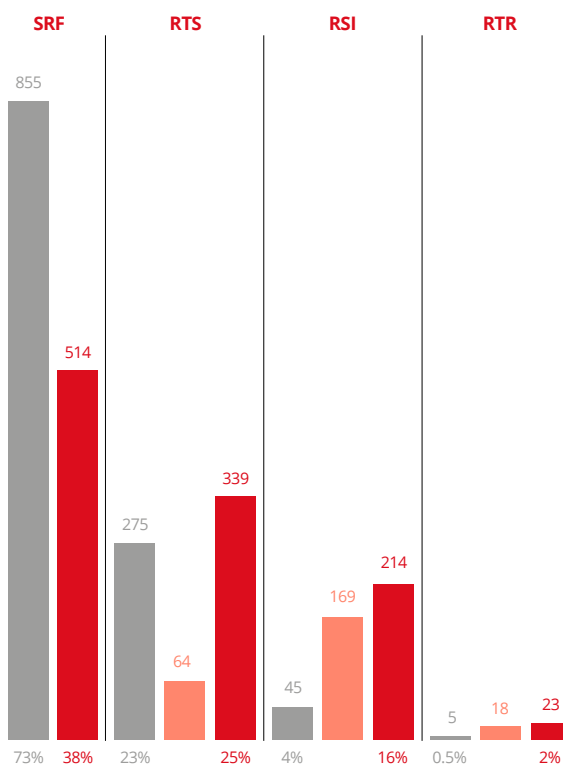
La SSR non persegue scopi di lucro. Il suo budget viene per il 78% dal canone e per il 22% da introiti commerciali (pubblicità tv, sponsoring Radio/TV, vendite di programmi) e altri proventi.

I contributi ai media della SSR e alle radio e TV private regionali sono percepiti dalla Confederazione che ne delega la riscossione alla società Serafe.

Secondo la Legge Federale sulla Radio e la Televisione (LRTV), il sistema di riscossione del canone per le economie domestiche e le imprese prevede che tutte le economie domestiche siano tenute a versare il canone, che dal 2021 è fissato a 335 franchi. Per le imprese, l'importo dipende dalla cifra d'affari. Sono esonerate dal pagamento le imprese la cui cifra d'affari annua è inferiore ai 500'000 franchi. Si tratta del 75% delle imprese svizzere. Il 9% delle altre imprese versano la stessa cifra delle economie domestiche, cioè 335 franchi. A partire dal 2021 anche le società semplici, non più considerate imprese, non sono assoggettate al canone.

Anche le radio e televisioni locali che svolgono servizio pubblico ricevono una quota parte del canone, che nel 2016 è salita dal 4 al 6%.

La distribuzione della somma raccolta tramite il canone e la pubblicità alle quattro regioni linguistiche avviene secondo una chiave di ripartizione solidale e non proporzionale alla loro popolazione. Gli svizzeri italiani generano con il canone e gli introiti commerciali il 4% dei mezzi della SSR, e ne ricevono il 16%. La Svizzera tedesca al contrario genera il 73% degli introiti SSR e ne trattiene il 38%, cui si aggiungono le quote destinate alla Direzione Generale SSR e a Swissinfo. Se ne avvantaggia anche la Svizzera romanda, che contribuisce con il 23% dei mezzi e ne riceve il 25%. Grazie a questo finanziamento solidale è possibile garantire un'equivalenza di prestazioni fra tutte le regioni linguistiche svizzere, produrre programmi, acquistare diritti e resistere a una concorrenza internazionale dieci volte più potente.



Perequazione finanziaria degli introiti del canone radio-televisivo (in milioni di franchi)

- Cifra raccolta in ciascuna regione attraverso il canone
- Somma ridistribuita a ciascuna regione secondo il principio di solidarietà
- Somma di cui dispone ciascuna regione

Struttura organizzativa

La SSR, Società svizzera di radiotelevisione, è un'associazione senza scopo di lucro che beneficia di un mandato pubblico. È regolata dal Codice civile svizzero e, per la preparazione dei conti, dal Codice delle obbligazioni.

L'associazione SSR è composta da quattro membri:

1. Cooperativa SSR.CORSI
Società cooperativa per la Radiotelevisione svizzera di lingua italiana
2. Società RTSR
Société de radiodiffusion et de télévision de la Suisse romande
3. Società SRG.D
Fernsehgesellschaft der deutschen und rätoromanischen Schweiz
4. Società SRG.R
SRG SSR Svizra Rumantscha

L'associazione SSR affida la realizzazione del suo mandato all'azienda mediatica SSR, un'azienda di servizio pubblico regolata secondo il diritto delle società anonime. Della produzione dei programmi si occupano le sue unità aziendali regionali: la RSI - Radiotelevisione svizzera di lingua italiana e le consorelle SRF, RTS e RTR. La SSR non è quindi un'azienda di stato ma è indipendente. Le sue collaboratrici e i suoi collaboratori beneficiano di contratti di lavoro di diritto privato.

L'azienda SSR è la maggiore impresa svizzera di media elettronici (radio, tv, internet). È composta da quattro unità aziendali regionali (SRF, RTS, RSI, RTR), un'unità aziendale internazionale (SWI swissinfo.ch) e le società affiliate SWISS TXT SA e Telvetia SA.



Mapa degli stakeholder

Se la pratica della responsabilità sociale permette all'azienda di comprendere gli interessi di tutti i soggetti coinvolti a diverso titolo nelle sue attività, per instaurare un dialogo proficuo è fondamentale sintonizzare il proprio operato in base alle aspettative, spesso contrastanti, di ciascuno di essi. Il rapporto fra azienda e contesto sociale è bidirezionale: gli interessi dell'una non devono divergere da quelli dell'altro. La responsabilità sociale d'impresa si basa infatti sul cambiamento di visione dalla *shareholder view* (punto di vista degli azionisti) alla *stakeholder view* (punto di vista dei portatori di interesse). Un risultato che premi una categoria a danno di altre finirebbe con l'essere controproducente per l'impresa e per la società. L'equilibrio tra l'impatto economico, sociale e ambientale genera invece valore condiviso e contribuisce a promuovere uno sviluppo sostenibile. Il dialogo con gli stakeholder assume quindi un ruolo fondamentale nell'attività dell'azienda e richiede un notevole impegno per conciliare bisogni a volte contrastanti.

In questo senso la RSI si pone come un sistema fatto di relazioni con stakeholder interni ed esterni. Relazioni il cui esito è da una parte un vantaggio per gli stakeholder, dall'altro una sempre maggiore legittimazione dell'azienda, percepita come in sintonia con le aspettative dei "portatori d'interesse". Questi ultimi possono avere un legame più o meno stretto con l'azienda: nel caso della RSI, il quadro va dal Consiglio federale (che attraverso la Concessione funge da mandatario nei confronti delle emittenti di servizio pubblico SSR) al pubblico, la CORSI, il personale, i fornitori, i professionisti della produzione audiovisiva e cinematografica, la comunità nel suo complesso e le diverse articolazioni della società civile: istituzioni, amministrazioni cantonali e comunali, partiti, associazioni, ambienti dell'economia e della cultura, scuole e istituzioni universitarie, media esterni.

Gli stakeholder della RSI

Categoria stakeholder	Rapporti regolari	Incontri e scambi periodici	Condivisione di progetti	Partecipazione a eventi	Altre modalità di relazione
Pubblico	■	■	■	■	■
istituzioni		■	■		
Scuole ed enti formativi	■	■	■	■	■
Partiti		■			
Operatori culturali	■	■	■	■	■
Categorie professionali		■	■	■	
Associazioni		■	■	■	
Collaboratrici e collaboratori	■	■	■		■
SRG SSR	■	■	■	■	■
CORSI	■	■	■	■	■
Sindacati/Associazione quadri	■	■	■		■
Filiera dell'audiovisivo		■	■	■	■
Fornitori di beni e servizi		■			■

07





Gli indicatori del territorio

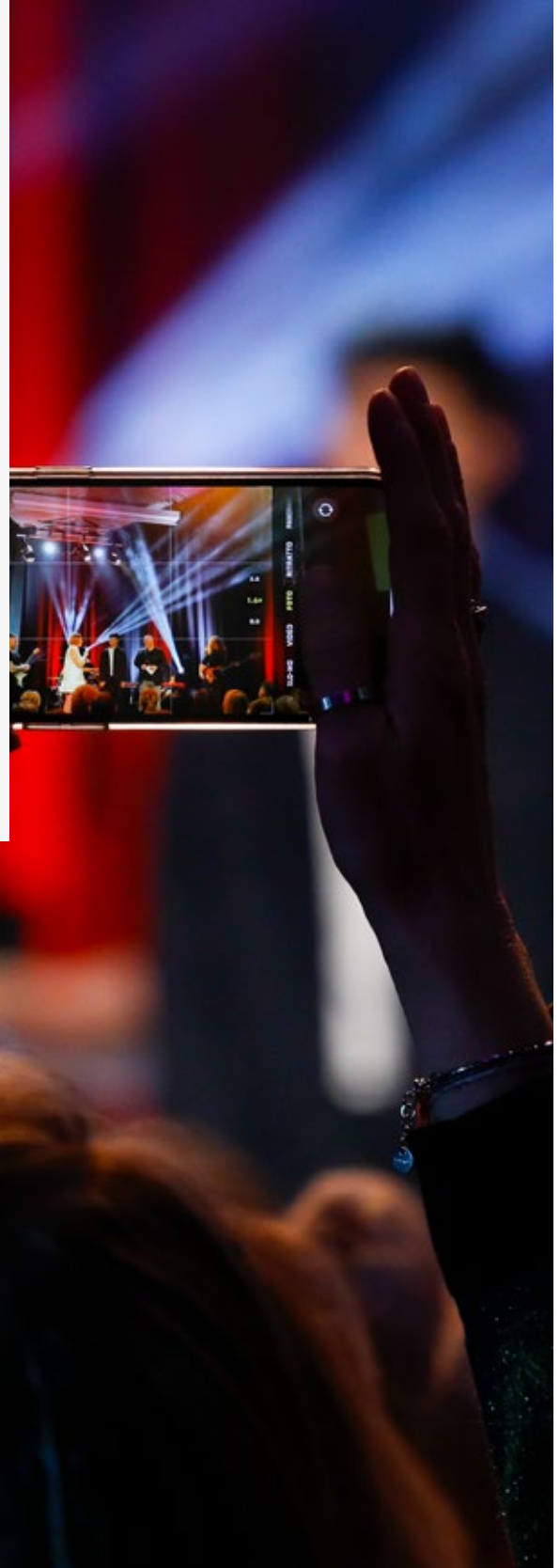
La sostenibilità si sta configurando sempre di più come un tema di territorio e la misurazione dell'impatto delle imprese è un contributo fondamentale.

Nell'ambito della loro attività, le imprese non generano solo un profitto economico ma producono impatti rilevanti anche a livello sociale e ambientale. Un'impresa che presenta bilanci economici positivi e che contribuisce a tutelare il benessere dei collaboratori, della comunità e dell'ambiente, genera valore condiviso e offre un aiuto prezioso allo sviluppo del territorio. La misurazione di questo contributo diventa fondamentale non solo per permettere all'impresa stessa di valutare le sue strategie e pianificare i suoi interventi, ma anche per costruire dei parametri che permettano di paragonare le performance e ottenere dei dati di riferimento. Gli indicatori di territorio rappresentano inoltre un'opportunità per far crescere il dialogo tra l'amministrazione pubblica, le associazioni economiche e le imprese, offrendo un valido strumento per orientare scelte e investimenti. Un orientamento condiviso sul tema della sostenibilità può infatti accelerare la crescita e tutelare la competitività del territorio, favorendo la transizione energetica e l'inclusione sociale. Con questo documento la RSI intende offrire il suo contributo a questo percorso, con l'obiettivo di migliorare costantemente i suoi risultati.

Rapporti con il pubblico



La RSI da un lato progetta e realizza programmi e prodotti destinati alle singole fasce di pubblico; dall'altro, rappresenta un partner importante per gruppi e istituzioni che operano nel mondo della cultura, dello sport, della formazione, della solidarietà.



I rapporti con il pubblico

In quanto emittente di servizio pubblico, la RSI intrattiene rapporti significativi con l'intera società svizzera di lingua italiana. Rapporti che prendono forma innanzitutto nella configurazione dell'offerta, progettata per andare incontro alle esigenze e agli interessi delle diverse componenti del pubblico; ma che si ramificano in collaborazioni e iniziative tese a valorizzare ambiti diversi della vita sociale e culturale, sia in termini di visibilità che attraverso contributi concreti all'attività dei diversi interlocutori. In questo senso la RSI opera su due binari diversi: progettando e realizzando programmi e prodotti destinati alle singole fasce di pubblico, da un lato; dall'altro, rappresentando un partner importante sia per le istituzioni - nell'ambito di tematiche essenziali per la popolazione - sia per quanti operano nei diversi contesti: ad esempio nel mondo della cultura, dello sport, della formazione, della solidarietà.

Proprio in quanto media di servizio pubblico, tuttavia, è nel rapporto quotidiano con i suoi diversi pubblici che l'identità della RSI trova la sua ragione d'essere. Un rapporto costruito su un legame profondo e radicato, e su una prossimità stretta che rende ogni singola/o utente della radiotelevisione un'interlocutrice o interlocutore diretto: esigente, poco propenso ad "accontentarsi" e per nulla disposto a rinunciare alla qualità che nel corso del tempo la radiotelevisione è riuscita a garantire con i suoi programmi.

Un legame, quello fra RSI e il suo pubblico, che emerge sistematicamente nei momenti difficili, quando si fa pressante l'esigenza di disporre di un punto di riferimento autorevole per un'informazione aggiornata in tempo reale.

Durante la pandemia Covid-19, ad esempio, le conferenze stampa delle autorità cantonali e del Consiglio Federale, oggetto di dirette a cadenza regolare, sono diventate appuntamenti televisivi fissi per una parte cospicua della popolazione. Diversi supplementi di offerta sono stati introdotti, grazie anche allo spostamento all'informazione di collaboratori provenienti da altri settori. La necessità di garantire sicurezza e distanziamento ha escluso quasi del tutto gli ospiti dai programmi in studio, portando a rivedere le modalità di interazione e a un ricorso massiccio ai collegamenti video in remoto su Skype e altre piattaforme. Anche altri ambiti del programma sono stati toccati dai provvedimenti anti-coronavirus. Nonostante questo, il risultato complessivo è stato un significativo aumento delle produzioni proprie, confermato pure nel 2021.

Il 2021 tuttavia è stato anche l'anno del graduale ritorno alla normalità, che si è avvertito in modo particolare nell'ambito dell'offerta sportiva. L'allentamento delle misure contro la pandemia ha consentito infatti non solo il ritorno del pubblico in stadi e campi da gioco, ma anche di recuperare le grandi manifestazioni sportive sospese l'anno precedente, come i Giochi olimpici e gli Europei di calcio.

Rapporti con il mercato



Fra stipendi, oneri sociali, acquisti di beni e servizi e contributi alla vita culturale, la RSI contribuisce con circa 200 milioni l'anno (equivalenti alla quasi totalità del suo budget) all'economia della Svizzera italiana.



1. Distribuzione del valore economico

Nel 2021 il contributo diretto della RSI all'ECONOMIA DELLA SVIZZERA ITALIANA, senza considerare l'indotto, è stato di 192 milioni di franchi. Una cifra che comprende non solo gli stipendi ai collaboratori ed i relativi oneri sociali, ma anche i finanziamenti a manifestazioni e organismi culturali, prima fra tutti l'Orchestra della Svizzera italiana la cui esistenza è storicamente legata all'attività della Radiotelevisione. La RSI inoltre ha acquistato da 804 fornitori della regione beni e servizi per una cifra complessiva di 53.3 milioni di franchi.

Come ha mostrato l'analisi di Bak Economics sugli effetti economici della presenza RSI nella Svizzera italiana (2017, www.bak-economics.com), il contributo diretto dell'azienda all'economia regionale si traduce in una creazione di valore aggiunto lordo che corrisponde all'incirca alla creazione di valore dell'intero settore alberghiero regionale. I modelli di calcolo mostrano che a queste attività economiche della RSI sono correlati altri effetti tangibili a livello regionale. Per ogni franco di valore aggiunto creato dalla RSI vengono infatti prodotti ulteriori 40 centesimi di valore aggiunto in imprese appartenenti ad altri settori. Ad ogni due posti di lavoro presso la RSI è legato un ulteriore posto di lavoro nell'economia regionale. La RSI genera così circa 500 posti di lavoro in imprese di altri settori attive sul territorio.

1. DISTRIBUZIONE VALORE ECONOMICO

1.1 VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO IN TICINO*

192M^{CHF}

* Il dato è rappresentato dalla somma totale dei salari e benefits dipendenti, delle imposte (comunali, cantonali, federali, IVA, imposte alla fonte, oneri finanziari), dalle liberalità ad associazioni del Ticino e dai pagamenti a fornitori con sede legale in Ticino

2. Investimenti in ricerca e sviluppo

Le modalità di consumo dei media da parte del pubblico sono in continua evoluzione. Di conseguenza, è necessario un costante e rapido adeguamento delle offerte. Per la RSI ciò si traduce nell'esigenza di una grande flessibilità nelle strutture e nei processi di lavoro, da raggiungere attraverso un aggiornamento mirato dell'infrastruttura produttiva.

L'azienda investe prevalentemente in tecnologie mature ed economicamente competitive; in casi specifici, tuttavia, è necessario investire in tecnologie innovative in grado di garantire a costi ragionevoli differenziazione dell'offerta e miglioramento dei processi di produzione. Queste scelte sono considerate strategiche e vengono decise dalla direzione.

2. INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO

2.1 VALORE
INVESTIMENTI IN R&SI*

4.6M^{CHF}

2.2 VALORE
INVESTIMENTI R&SI SU
TOTALE BUDGET

2.1%

* Totale dei costi sostenuti per il personale, i materiali, le collaborazioni esterne, i brevetti, ecc. per R&SI (Ricerca, Sviluppo e Innovazione) durante il periodo di rendicontazione

3. Rapporto con i fornitori

Acquisti sostenibili, collaborazioni rispettose, attenzione agli aspetti socio-economici: il rapporto dell'azienda RSI con il mercato e con i suoi operatori è caratterizzato da una serie di misure etiche che privilegiano l'apertura, la chiarezza e il rispetto dell'ambiente. Una scelta in grado potenzialmente di influenzare positivamente l'intero ecosistema: ad esempio grazie al progetto di adottare la responsabilità sociale d'impresa come criterio prioritario nella scelta dei fornitori.

Impatto socio-economico

- Swissness
- Rispetto della «Compliance» aziendale
- Analisi della solvibilità dei fornitori e verifica del loro rispetto delle norme cantonali e federali
- Apertura al mercato per coinvolgere il maggior numero possibile di fornitori
- Collaborazione con istituti regionali: scuole, fondazioni, enti cantonali, operatori culturali

Collaborazioni rispettose

- Codice etico RSI
- Codice di condotta per i fornitori
- Formazione dei fornitori di prestazione
- Esclusione di pratiche di dumping
- Richiesta ai fornitori di ritirare e smaltire imballaggi e vecchi apparecchi

3. RAPPORTI COI FORNITORI

3.1 NUMERO TOTALE
FORNITORI

1845

3.2 PERCENTUALE
FORNITORI LOCALI

43.5%

3.3 VALORE
ECONOMICO
DISTRIBUITO AI
FORNITORI

87.9M^{CHF}

3.4 VALORE
ECONOMICO
DISTRIBUITO AI
FORNITORI LOCALI

60.5%

Per fornitori locali si intende con sede legale in Ticino

Acquisti sostenibili

- Preferenza per acquisti a Km 0
- Gestione del parco veicoli attenta agli aspetti della sostenibilità
- Scelta di materiali sostenibili
- Aumento del ciclo di vita delle attrezzature tecnologiche
- Utilizzo controllato delle stampanti per ridurre i consumi

3. Buone pratiche

Acquistare in Svizzera

Acquistare quanti più beni e servizi possibile in Svizzera, evitando di far capo a fornitori esteri. È questo l'impegno della SSR per favorire il mercato interno. La swissness infatti è uno degli indicatori di performance (KPI) che il settore Approvvigionamenti SSR monitora regolarmente. Un accordo tra la SSR e l'industria svizzera dell'audiovisivo prevede l'attribuzione di almeno il 70% dei mandati commerciali a ditte domiciliate in Svizzera. La swissness è oggetto di un rapporto tematico, che viene presentato durante un incontro annuale fra le parti. L'impegno a "comprare locale" vale per ogni genere di acquisti, che si tratti di beni materiali o immateriali e servizi.

Alla RSI il concetto di swissness si estende in generale a tutto quanto è necessario al funzionamento dell'azienda, ed è oggetto di una sezione apposita nella direttiva sugli approvvigionamenti. Prima dell'apertura del cantiere per il progetto Campus di Comano, ad esempio, sono state contattate preliminarmente le associazioni professionali di categoria allo scopo di coinvolgere nelle diverse gare d'appalto quante più ditte possibile con sede nella Svizzera italiana.

Codice etico

In linea con il programma SSR sulla Compliance, il «Codice di condotta per i fornitori della SRG SSR» sancisce le norme di comportamento e gli aspetti etici che l'azienda richiede a tutti i suoi fornitori. Il documento viene allegato alle richieste d'offerta, ogni singolo fornitore è tenuto a leggerlo ed approvarlo prima ancora di potere accedere al capitolato d'appalto. Le ditte che non ne sottoscrivono le condizioni vengono automaticamente escluse dalla gara.

Il Codice etico definisce le aspettative minime della SSR nei confronti dei propri fornitori o offerenti nella fabbricazione di prodotti e nella prestazione di servizi.

Il codice prevede un'attenzione particolare per:

1. Il rispetto delle norme di legge, delle regole della libera concorrenza, degli standard e delle certificazioni rilevanti
2. Prodotti e prestazioni che non siano nocivi per la salute e che soddisfino le norme di sicurezza: la loro produzione deve avvenire secondo i requisiti di legge e gli standard etici riconosciuti in Svizzera
3. Il rispetto della dignità e dei diritti della personalità di tutti i collaboratori
4. L'astensione da qualsiasi forma di corruzione o riciclaggio di denaro e l'esclusione di ogni forma di potenziale conflitto di interesse
5. L'esclusione di qualsiasi forma di lavoro nero e di altre pratiche commerciali sleali
6. Il rispetto e la protezione dei dati personali e delle informazioni confidenziali
7. Il rispetto del diritto alla libertà sindacale
8. L'esclusione di qualsiasi forma di lavoro forzato e minorile, di sfruttamento e di discriminazione
9. L'impegno ad agire in modo responsabile nei confronti dell'ambiente e a favore di un consumo sostenibile.

Rapporti con collaboratrici e collaboratori



La prassi aziendale RSI dedica un'attenzione particolare ai temi della diversità, dell'inclusione, delle pari opportunità, dell'integrità personale e della protezione della salute.



4. Formazione

La rapida evoluzione che caratterizza mai come ora l'attività mediatica impone a chi lavora per il servizio pubblico radiotelevisivo di restare al passo con i tempi. La RSI offre alle proprie collaboratrici e ai propri collaboratori diversi percorsi di sviluppo e formazione, definiti ed elaborati secondo le esigenze specifiche dei vari ambiti di attività e delle numerose professioni e specializzazioni interne all'azienda. A ciò si aggiungono singoli corsi di perfezionamento, tutti volti alla crescita e all'aggiornamento professionale costante. Nel 2021 il dipartimento Risorse umane ha garantito alle collaboratrici e ai collaboratori della RSI:

43000 ore di formazione di base

30'700 ore di formazione continua

5'765 ore di corsi interni

2'107 ore di corsi esterni

381 ore di coaching

136 ore workshops di sviluppo

6'260 ore come formatrici*ori interni

4. FORMAZIONE DI COLLABORATRICI E COLLABORATORI

4.1 FORMAZIONE PER DIPENDENTE

79.75 ore

4.2 PERSONALE FORMATO

83%

4.3 NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI

1116

4.4 ORE DI FORMAZIONE ESTERNA

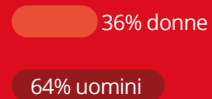
3%

5. Diversità e inclusione

La diversità abbraccia molteplici caratteristiche di ognuno di noi: etnia, origine, identità sessuale. Ma anche differenze meno percepibili come età, stato civile, istruzione. Il riconoscimento, l'apprezzamento e il rispetto di ognuno di questi mondi, delle visioni e delle opinioni di ciascuno, ci conducono verso l'inclusione: a rafforzare e promuovere la coesione sociale. Ognuno di noi è diverso, e la consapevolezza di questa diversità legittima ogni differenza, senza eccezione, alimentando e rafforzando la formazione di uno spirito pubblico. In un'azienda come la RSI questo approccio è strategico ed essenziale: è dimostrato che, grazie a una programmazione diversificata, affidata a collaboratrici e collaboratori altrettanto eterogenei, s'innescano processi virtuosi di fidelizzazione e, soprattutto, si assicura un forte valore aggiunto per l'intera società.

5. DIVERSITÀ E INCLUSIONE

5.1 RAPPRESENTANZA DI DONNE NEL CD



5.2 RAPPRESENTANZA DONNE IN RUOLI DIRIGENZIALI



5.3 PERSONALE UNDER 35

14%

5.4 PERSONALE OVER 50

42%



5. Buone pratiche

Pari opportunità: il Gruppo Antenna

Il monitoraggio e il rispetto delle pari opportunità (oggetto di particolare attenzione nel contratto collettivo SSR) e della diversità nella vita aziendale sono oggetto del lavoro del Gruppo Antenna, che ha il compito di contribuire alla messa in opera di questi due presupposti fondamentali per la gestione delle risorse umane. In questo senso il gruppo, che opera in sinergia con il dipartimento RU, si fa promotore di iniziative per favorire un cambio della cultura aziendale.

Il Gruppo Antenna, composto di rappresentanti dei diversi settori dell'azienda, compreso il sindacato svizzero dei Mass Media (SSM), si occupa in particolare di:

- favorire misure e strumenti di sviluppo (ad esempio coaching e piani di carriera) per rafforzare la diversità in azienda
- favorire l'inserimento di specifici percorsi al femminile a tutti i livelli della struttura aziendale
- contribuire alla diffusione dei principi e delle tematiche della diversità attraverso progetti e iniziative mirate (eventi pubblici, articoli, conferenze, presenza su internet).

Progetti d'inclusione

La RSI partecipa a diversi progetti di reinserimento in collaborazione con le principali istituzioni presenti su territorio: AI (Assicurazione per l'invalidità), URC (Uffici regionali di collocamento), Inclusione Andicap Ticino. Tra le iniziative intraprese in quest'ambito si possono segnalare:

- Periodi di pratica professionale per giovani residenti appena diplomati (URC)
- Stage lavorativi (URC)

- Stage di riorientamento professionale e/o bilancio delle competenze (AI)
- Reinserimento nel mondo del lavoro di persone con handicap fisico, sensoriale e psichico nell'ambito commerciale (Inclusione Andicap Ticino).

Progetto Lift

La RSI contribuisce ad offrire stage per ragazze e ragazzi aderenti al "Progetto LIFT", il cui obiettivo è di avvicinare le scuole e le aziende, al fine di aumentare le possibilità d'accesso a un posto di formazione professionale per quei giovani che – per ragioni scolastiche, familiari e/o sociali – potrebbero presumibilmente trovarsi in difficoltà nella transizione scuola-lavoro.

6. Contratti di lavoro

Differenza salariale di genere

La RSI e tutta la SSR applicano una politica di parità salariale. In quanto azienda che risponde ad un mandato pubblico la RSI si impegna a rispettare il principio della parità salariale e a garantire controlli regolari su questo punto.

Il 2.4% di differenza salariale tra uomini e donne è parzialmente giustificata da fattori non discriminanti quali le compensazioni per lavoro notturno o durante il week-end, che concernono maggiormente gli uomini.

La soglia di tolleranza della Confederazione è del 5%.

Numero di contratti apprendisti

In quanto azienda formatrice la RSI punta sulla sua attrattività per offrire ai giovani posizioni di tirocinio in diverse professioni, allo scopo di accrescerne la competitività sul mercato del lavoro.

Percentuale di assenze per malattia

Il 2.3% equivale a 6.0 giorni per FTE. Questo dato è tendenzialmente in diminuzione.

Percentuale di turnover

Nel 2021 sono state registrate 47 uscite di cui il 70% per pensionamento e il 15% per dimissioni.

6. CONTRATTI DI LAVORO

6.1 DIFFERENZA SALARIALE DI GENERE*

2.4%

6.2 NUMERO CONTRATTI DI APPRENDISTATO

16

6.3 PERCENTUALE ASSENZE PER MALATTIA

2.3%

6.4 PERCENTUALE DI TURNOVER**

1.1%

6.5 ASSENZE PER INFORTUNIO

0.4%

* La parità salariale di genere si raggiunge quando l'indicatore è uguale a 0%

** Percentuale di dipendenti che hanno lasciato l'azienda durante il periodo di rendicontazione sul totale di dipendenti all'inizio del periodo di riferimento

7. Welfare aziendale

La protezione della salute

- Commissione sanità e sicurezza**
 Garantisce il rispetto e l'applicazione delle disposizioni di legge relative alla sanità e sicurezza sul lavoro (compresa la prevenzione). Sostiene i superiori di linea e i superiori professionali nelle loro decisioni volte a migliorare la sicurezza sul lavoro e la protezione della salute. Garantisce la partecipazione e il coinvolgimento del personale e del sindacato in tutte le questioni relative alla sicurezza sul posto di lavoro e alla protezione della salute
- Campagne della salute e antinfortunistiche**
 Per prevenire malattie e infortuni, professionali e non
- Ingrado**
 Sostegno in caso di problemi con sostanze psicoattive e corsi di prevenzione
- Movis**
 Consulenza specializzata, operativa nei seguenti settori: consulenza al personale, case management, job coaching, gestione della salute, formazione e tutela dell'integrità personale. Offre prestazioni volte a migliorare il benessere sul posto di lavoro e a preservare e ristabilire il rendimento
- Assicurazione malattia**
 Convenzioni con diverse casse malati
- Direttive in materia di ergonomia**
 Predisposizione del posto di lavoro nel pieno rispetto delle norme, grazie a specifici strumenti e al supporto di figure professionali specializzate
- Case Management**
 Sostegno al rientro dopo assenze di lunga durata da parte di IPT, Integrazione per tutti, fondazione di diritto privato, di pubblica utilità e senza scopo di lucro. Attiva nell'inserimento, nel reinserimento e nell'orientamento, IPT accompagna le persone nell'evoluzione del loro percorso professionale, in uno spirito di equità e responsabilità sociale. In qualità di partner nazionale, la fondazione collabora con le assicurazioni sociali pubbliche e private, le istituzioni e i medici

7. PIANO DI WELFARE AZIENDALE

7.1 INVESTIMENTO ANNUALE PER DIPENDENTE*

711^{CHF}

7.2 CONGEDI PARENTALI OLTRE GLI OBBLIGHI DI LEGGE

11

7.3 COLLABORATRICI E COLLABORATORI CON ORARIO FLESSIBILE

322

7.4 BIGLIETTI TRENO CON ABBONAMENTI ARCOBALENO

60

* Spese per i benefici accessori di collaboratrici e collaboratori inclusi gli oneri sociali oltre gli obblighi di legge (p.es. assicurazioni sovra obbligatorie per rischio malattia invalidità e vecchiaia), abbonamenti trasporto casa-lavoro, buoni mensa e sconti a vario titolo

- Protezione in caso di malattia**
 Condizioni contrattuali all'avanguardia
- Previdenza professionale**
 Condizioni assicurative e previdenziali superiori ai minimi previsti dalla LPP (Legge sulla Previdenza Professionale)
- Assicurazione infortuni**
 Condizioni mediamente superiori ai minimi previsti dalla LAINF (Assicurazione contro gli infortuni)

Tolleranza zero e trasparenza in materia di tutela dell'integrità personale

A seguito delle 39 segnalazioni raccolte dal Sindacato Svizzero dei Massmedia (SSM) Sezione Lugano nel novembre 2020, la RSI ha avviato, in accordo con il proprio partner sociale, una serie di procedimenti di analisi delle stesse. Al fine di garantire equilibrio e indipendenza giuridica, RSI e SSM hanno deciso di suddividere in due mandati distinti, assegnati a istanze esterne indipendenti, l'analisi delle segnalazioni pervenute e la conduzione delle inchieste: il primo mandato, dedicato alla gestione delle segnalazioni raccolte, è stato affidato all'Avv. Nora Jardini Croci Torti, Mendrisio, Mediatrice FSA, il secondo, per condurre le indagini nei confronti delle autrici o degli autori di possibili violazioni della personalità ai danni di colleghe e colleghi RSI, è stato portato a termine da un pool coordinato dall'Avv. Raffaella Martinelli Peter, Lugano, specialista FSA diritto del lavoro e Mediatrice FSA, e composto dall'Avv. e Dr. iur. Giuseppe Donatiello, Ginevra, specialista FSA diritto del lavoro, dall'Avv. e Notaio Stefano Fornara, Lugano e dall'Avv. e Notaio Tanja Uboldi Ermani, Lugano.

La prima istanza si è occupata di raccogliere le testimonianze di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori che hanno fatto una segnalazione, redigendone i verbali, condividendo con loro una prima valutazione e offrendo loro, in totale autonomia e indipendenza, la scelta di procedere o meno con l'apertura di un'inchiesta.

18 sono le collaboratrici e i collaboratori, le ex collaboratrici ed ex collaboratori RSI che, dopo aver reso la loro testimonianza, hanno scelto e chiesto di procedere con l'inchiesta. Sono 18 le inchieste indipendenti condotte a seguito di 39 segnalazioni raccolte da SSM Lugano. I risultati sono stati presentati all'inizio del mese di dicembre 2021 in conferenza stampa dal Direttore RSI Mario Timbal, insieme alle Avv. Raffaella Martinelli Peter coordinatrice del pool di avvocati incaricato da RSI e SSM Lugano di svolgere le indagini. Sono 5 i casi accertati, che riguardano episodi avvenuti tra il 2000 e il 2020, e si configurano come violazione della personalità di gravità tra lieve e media. Nessun caso di mobbing, bossing o molestie sessuali. In ossequio al mandato, il pool di avvocati ha anche verificato la catena delle responsabilità per ogni caso, accertando un unico episodio. La Direzione RSI ha successivamente sanzionato i responsabili con misure proporzionali ai fatti accertati.

“Le conclusioni delle indagini dimostrano che non è stato rilevato un malessere generalizzato e sistemico, anche se emerge che ci sia una cultura aziendale che ha mostrato i propri limiti.” ha commentato il Direttore Mario Timbal. “Sistemica è stata invece la presa a carico, da subito, di RSI e SSR di questo disagio e di questo malessere emersi, con la chiara volontà di implementare tutte le misure e i meccanismi necessari per garantire, all'interno dell'azienda, la massima protezione dell'integrità degli individui. La conclusione delle indagini e la comunicazione odierna del loro esito non sono, per me e per tutta la RSI, solo la conclusione di un periodo particolarmente difficile, ma rappresentano anche una tappa intermedia fondamentale per consolidare una nuova



cultura aziendale RSI che riconosca nei valori della trasparenza, della libertà di parola, nell'assunzione di responsabilità e nella tolleranza zero i suoi capisaldi."

Conciliare lavoro e vita privata

- **Asilo nido aziendale**
Struttura a disposizione del personale RSI per favorire la conciliabilità lavoro-famiglia. Ricerca di soluzioni a favore dei neogenitori (principalmente le madri) anche a fronte di lavoro a turni e orari irregolari
- **Tredicesima mensilità convertibile in tempo libero**
Possibilità di convertire in congedo pagato tutta o parte della 13esima mensilità
- **Flessibilità di tempo e luogo di lavoro**
Possibilità di usufruire, in accordo con il proprio superiore diretto, di orario flessibile, part time e soluzioni di smart working
- **Congedo pagato per l'assistenza dei figli**
Possibilità di assistere i figli fino a 5 giorni per singolo caso in determinate situazioni
- **Assegno di nascita, assegno di custodia e assegno familiare**
Prestazioni superiori ai minimi di legge per il sostentamento dei figli
- **Premio di fedeltà e fondo del personale**
Riconoscimento degli anni di servizio prestati per l'azienda con il versamento di una ulteriore mezza mensilità o mensilità intera, convertibile totalmente o parzialmente in tempo libero, e possibilità, a fronte di momentanee difficoltà finanziarie, di ottenere prestiti a tassi di favore
- **Sconti e ribassi riservati al personale**
Accordi con ditte, negozi e società della Svizzera italiana
- **"Mamagenda"**
Strumento che aiuta i datori di lavoro, i colleghi, le future madri e i futuri padri ad affrontare la gravidanza sul posto di lavoro
- **Corso Pre-Pensionamento**
Incontri di preparazione alla pensione in collaborazione con Generazioni & Sinergie
- **Sportello postale presso la sede RSI di comano**
Accordo con la Posta per la gestione coordinata dello sportello
- **Mensa aziendale**
Bar-ristorante con tariffe favorevoli nella sede RSI di Besso



Relazioni con la comunità



8. Progetti per la comunità

Sostegno alla cultura

Il rapporto della RSI con la società civile passa anche attraverso una collaborazione stretta con istituzioni e manifestazioni che svolgono un ruolo trainante in diversi ambiti della vita pubblica. Il sostegno alle iniziative culturali si declina in forme che vanno dal sostegno economico diretto al media-partenariato - che garantisce una ampia copertura mediatica - alla promozione degli eventi attraverso la regolare attività giornalistica che fornisce anticipazioni, cronache e commenti. La RSI sostiene Locarno Festival, la più importante rassegna cinematografica svizzera, con un impegno non solo editoriale ma anche finanziario. Ha un rapporto privilegiato con la Fondazione Möbius, che attraverso un Premio annuale e diverse iniziative puntuali approfondisce il dibattito pubblico sulla trasformazione digitale. Inoltre sostiene in misura importante Estival Jazz, storica manifestazione luganese, e sostiene le formazioni musicali classiche: Orchestra della Svizzera Italiana, Coro della RSI e Barocchisti. Si tratta di eventi e gruppi di riconosciuta eccellenza, che non solo arricchiscono l'offerta culturale del Paese ma ne promuovono l'immagine e l'attrattiva turistica. La RSI promuove anche diverse manifestazioni dedicate alla cultura digitale, come Media Tech Day e Digital Day.

Sostegno allo sport

L'impegno della redazione sportiva RSI è di fornire una copertura a tutti gli sport, anche a discipline ed eventi sportivi che richiamano meno pubblico rispetto a NHL, Champions League o Formula uno. Ciò permette alla RSI non solo di valorizzare gli sport svizzeri ma anche di sostenere eventi e sport "minori" che altrimenti avrebbero difficoltà di sopravvivenza. Le riprese televisive infatti aumentano l'attrattiva per gli sponsor e quindi spesso contribuiscono in modo im-



8. PROGETTI PER LA COMUNITÀ

8.1 IMPORTO
TOTALE EROGATO
IN DONAZIONI E
SPONSORIZZAZIONI

0.11M^{CHF}

8.2 ASSOCIAZIONI
DESTINATARIE
DI DONAZIONI E
SPONSORIZZAZIONI

3

portante all'equilibrio finanziario delle società sportive. Nella scelta tematica dei programmi si presta inoltre un occhio di riguardo al ruolo sociale dello sport e alle tematiche relative all'inclusione e alla disabilità.

Sostegno alla produzione cinematografica e audiovisiva

La presenza della RSI funge da stimolo per l'attività di numerose case di produzione indipendenti, che collaborano con la radiotelevisione sia nella realizzazione di servizi, documentari e prodotti video che nella produzione cinematografica. Una collaborazione rafforzata dal Pacte de l'audiovisuel, siglato nel 1997 dalla SSR e dalle associazioni professionali del cinema, che garantisce ogni anno attraverso accordi di coproduzione il finanziamento di decine di progetti per il cinema e la TV. Da citare anche il recente concorso per autori e produttori locali che porterà alla realizzazione di alcune nuove serie TV.



Collaborazione con gli istituti formativi

Il rapporto con gli istituti formativi del territorio è da sempre molto forte. Ogni anno decine di classi scolastiche, dalle elementari alle superiori, visitano le sedi della RSI: un'occasione preziosa per conoscere la complessità del mondo dei media, la molteplicità delle sue professioni e il dietro le quinte dei programmi. Inoltre, la RSI offre posti di apprendistato, stage universitari, stage professionali e praticantato. Molteplici sono le collaborazioni con SUPSI, USI e CISA. Dal 2019 lo spazio WeTube mette gratuitamente a disposizione di centinaia di giovani studi, attrezzature e know-how per sviluppare i loro progetti video. WeTube propone fra l'altro master class gratuite sul linguaggio video e social con ospiti importanti, e collabora regolarmente con istituzioni ed enti esterni che sono coinvolti anche a livello formativo. Dalla collaborazione con il DECS è nato RSI EDU, uno spazio digitale che attraverso brevi video fornisce spunti per introdurre tematiche d'attualità e fenomeni contemporanei in classe o in famiglia.

La solidarietà

Nell'ambito dei partenariati nazionali la RSI opera a stretto contatto con la Catena della Solidarietà, il "braccio solidale" della SSR. Le numerose azioni umanitarie promosse dalla Catena sono un'occasione particolare per testimoniare la vicinanza della RSI ai problemi della comunità e per consolidare il dialogo col proprio pubblico, promuovendo una buona causa. Con risultati di rilievo: il pubblico della Svizzera italiana si rivela spesso più generoso di quello delle altre regioni. Le donazioni raccolte confluiscono in progetti sociali di qualità messi in atto dai partner della Catena della solidarietà per rispondere alle esigenze delle popolazioni colpite da catastrofi e crisi umanitarie all'estero e in Svizzera.



8. Buone pratiche

Noi da voi

Durante il 2021 la RSI ha sviluppato alcuni formati di collaborazione per ovviare alle restrizioni legate alla situazione pandemica. Un esempio interessante è il progetto "Noi da Voi", un evento ideato da RSI e volto a raggiungere i ragazzi e le ragazze delle scuole medie che vogliono conoscere le realtà lavorative presenti sul territorio in vista della scelta di un percorso formativo.

Vista l'impossibilità di accogliere stagiste/i in azienda a causa della situazione Covid-19, RSI si è messa a disposizione degli studenti e delle studentesse direttamente nelle sedi scolastiche, su esplicita richiesta dei singoli istituti.

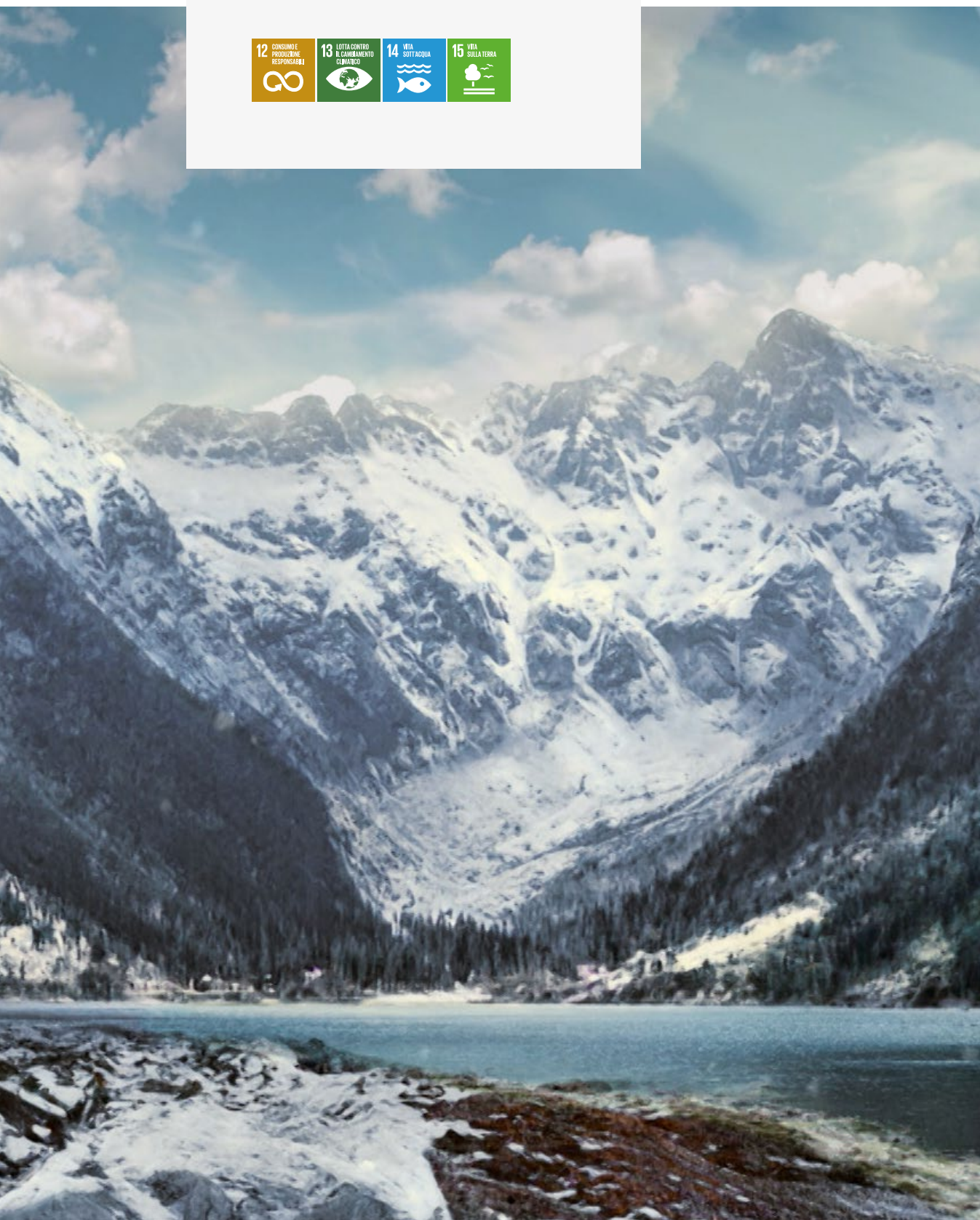
Durante la mezza giornata prevista per l'evento, piccoli team RSI hanno raccontato ad allieve e allievi i contenuti degli apprendistati presenti in azienda e le numerose professioni specifiche del mondo radiotelevisivo. L'esposizione è stata arricchita da momenti di sperimentazione in cui i partecipanti hanno potuto svolgere attività legate ad audio, video e creazione redazionale, creando un piccolo filmato direttamente elaborato e montato in aula.

Nonostante l'evoluzione negativa della pandemia, il team Noi per voi ha potuto realizzare oltre la metà (7 su 12) degli appuntamenti pianificati per il 2021, con un ottimo apprezzamento da parte degli istituti scolastici coinvolti.



La RSI è particolarmente attenta alle ragazze e ai ragazzi delle scuole medie che vogliono conoscere le realtà lavorative presenti sul territorio in vista della scelta di un percorso formativo.

Gestione ambientale



9. Materiali

Per ridurre in maniera importante il consumo di carta per le fotocopie, la RSI ha eliminato tutte le stampanti locali, presenti nei vari settori ed uffici, sostituendole con stampanti multifunzioni, posizionate in luoghi ben definiti dell'azienda e a disposizione di tutti gli utenti. Le macchine sono state programmate in maniera tale da ottimizzare la stampa, ad esempio impostando di default la funzione "fronte-retro".

9. MATERIALI

9.1 MATERIALI
PRINCIPALI USATI
(CONSUMO DI CARTA)

15.8 t

9.2 MATERIALI DI
ORIGINE RICICLATA E/O
RIUTILIZZATA

61%



10. Energia

L'energia

Sempre più la dimensione ecologica si impone come un parametro primario nelle scelte energetiche, nella gestione dei rifiuti, nell'utilizzo degli spazi verdi e nella ricerca di soluzioni di trasporto sostenibile per la mobilità del personale così come per spostamenti e viaggi di lavoro. Le misure ecologiche introdotte nella prassi aziendale, in particolare negli ultimi anni, hanno lo scopo di ricercare il miglior compromesso fra l'efficienza e la riduzione dell'impatto ambientale. Vanno in questa direzione l'adozione di scelte sostenibili nella parziale riedificazione e nella riqualificazione del centro RSI di Comano, con il ricorso alle energie rinnovabili e a tecnologie e comportamenti che permettono di ottimizzare i consumi, l'introduzione di pratiche virtuose nella raccolta differenziata e nel riciclo, la realizzazione di terrazze vegetali e di aree verdi destinate alla protezione dell'ecosistema, così come la politica di incentivazione del trasporto pubblico e della mobilità elettrica.

10. ENERGIA

10.1 TOTALE ENERGIA
CONSUMATA

15'144 MWh

10.2 CONSUMI ENERGIA
DA FONTI RINNOVABILI

50%

10.3 INTENSITÀ ENERGETICA*

3.57 MWh/unità

* Energia consumata per unità di riferimento dell'azienda

10. Buone pratiche

Regolazione automatizzata dell'illuminazione

Progetto per estendere l'illuminazione automatizzata nell'intero centro RSI di Comano.

Monitoraggio dei consumi di energia e dell'acqua.

L'implementazione di sistemi di automazione degli edifici, condotta secondo i principi del Building Management System, è un obiettivo prioritario del settore Immobili e sicurezza RSI. Prevede l'integrazione e la gestione degli impianti tecnici attraverso un potente sistema di supervisione. Una misura che renderà possibile monitorare con un unico strumento l'energia elettrica e termica, il consumo d'acqua, il gasolio dei generatori di emergenza e la qualità dell'aria e dell'acqua. Il monitoraggio è una pratica fondamentale per il miglioramento costante dell'efficienza energetica degli stabili RSI e per la trasparenza verso i collaboratori su temi come la qualità dell'aria all'interno degli spazi (studi, regie, redazioni) e la qualità dell'acqua.

- **Regolazione automatizzata dell'impianto di raffreddamento:** Gestione in modalità automatica con sensori di temperatura per ottimizzare i consumi.

- **Produzione propria di energia rinnovabile:** Analisi di fattibilità per l'installazione di impianti fotovoltaici nel nuovo centro RSI di Comano.
- **Risanamento di impianti tecnici:** Piano di manutenzione straordinaria per la sostituzione dei vecchi impianti con sistemi con recupero termico.
- **Recupero delle acque piovane:** Piano di fattibilità per un nuovo impianto di recupero da realizzare nel corso della sistemazione delle aree esterne di Comano.
- **Sensibilizzazione del personale sui consumi:** Comunicazioni puntuali sulla rete intranet aziendale per rendere attenti i collaboratori sulla corretta gestione energetica degli spazi di lavoro.

11. Risorse idriche

L'approvvigionamento idrico del centro RSI di Comano è garantito dalla rete comunale. Collaboratrici e collaboratori sono sensibilizzati regolarmente in merito all'esigenza di un consumo parsimonioso di acqua. In azienda l'acqua è destinata esclusivamente ai servizi igienici, alle attività di pulizia, oltre che ai distributori dislocati in tutti gli ambienti di lavoro.

11. RISORSE IDRICHE

11.1 TOTALE PRELIEVO
DI ACQUA ANNUO

18'488 m³

11.2 INTENSITÀ
PRELIEVO DI ACQUA *

4.4 m³/unità

* Acqua prelevata per unità di riferimento dell'azienda

12. Emissioni di GHG

L'impronta di carbonio aziendale descrive la quantità totale di emissioni di gas ad effetto serra. RSI è impegnata a ridurre l'entità grazie a progetti come la sostituzione di una parte della autovetture aziendali con autoveicoli elettrici (100%), o la sostituzione degli impianti di riscaldamento con vettori di origine non fossile.

12. EMISSIONI DI GHG

12.1 EMISSIONI TOTALI DI GHG*

2'385 tCO₂eq

12.2 INTENSITÀ EMISSIONI DI GHG**

0.56 tCO₂eq/unità

* Totale emissioni di GHG: incluse quelle dirette (Scopo 1) e indirette (Scopo 2) e se disponibile anche Scopo 3

** Emissioni di GHG per unità di riferimento dell'azienda

12. Buone pratiche

In tema di mobilità sostenibile RSI ha introdotto le seguenti iniziative:

- **Riduzione dei viaggi di lavoro:** uso di piattaforme digitali e ricorso regolare a audio e videoconferenze per limitare gli spostamenti
- **Promozione del trasporto pubblico:** RSI incentiva l'utilizzo dei mezzi pubblici per recarsi sul luogo di lavoro. Offre a tutti i dipendenti, tra ottobre e marzo, la possibilità di stipulare un abbonamento Arcobaleno mensile in prova con uno sconto del 90%. Offre ai collaboratori che usufruiscono dell'Arcobaleno annuale un contributo pari al 40% del costo dell'abbonamento. Inoltre, tramite gli introiti dei parcheggi di Besso e Comano, sovvenziona la società Auto-postale affinché ci sia una corsa ogni mezz'ora sulla tratta Comano - Stazione FFS - Lugano: una misura, sostenuta finanziariamente dai collaboratori RSI, che va a vantaggio di tutta la comunità.
- **Promozione del Car Sharing:** Incentivi all'uso collettivo delle vetture private tramite sconti sull'abbonamento al parcheggio per chi opta per il car sharing. Il parcheggio è gratuito per le vetture utilizzate da quattro persone.
- **Telelavoro per limitare gli spostamenti casa-lavoro:** La pandemia ha accelerato il passaggio allo smart-working, reso possibile da un supporto informatico efficiente
- **Stazioni di ricarica per auto, moto e biciclette elettriche:** Il costante aumento della mobilità elettrica poggia, oltre che su una sempre più diffusa coscienza ambientale, anche sulla disponibilità di un numero adeguato di impianti di ricarica e parcheggi dedicati. Per sostenere il trend positivo della mobilità sostenibile fra le sue collaboratrici e i suoi collaboratori, la RSI ha avviato diversi progetti di ampliamento delle aree di parcheggio che prevedono stazioni di ricarica performanti per bici, moto e auto elettriche. Nel 2021 sono state aggiunte tre nuove colonnine di ricarica.
- **Flotta aziendale "leggera":** Acquisto programmato di alcune biciclette elettriche per consentire in modo rapido, semplice ed ecologico gli spostamenti a breve raggio (ad esempio tra le sedi di Besso e Comano).

13. Gestione rifiuti

La gestione dei rifiuti costantemente monitorata e centralizzata ha portato negli anni ad una importante diminuzione delle quantità.

13. GESTIONE RIFIUTI

14.1 TOTALE RIFIUTI
PRODOTTI

146^t

14.2 PERCENTUALE
RIFIUTI RICICLATI O
RIUTILIZZATI

54%

13. Buone pratiche

- **Raccolta differenziata:** smaltimento di tutti i generi di rifiuti assistito da aziende specializzate nel settore, con certificazione 14001.
- **Riciclaggio dei filtri delle sigarette:** Campagna mirata sul littering causato dai mozziconi delle sigarette

14. Investimenti in infrastrutture, arredi, macchinari

Gli investimenti immobiliari vengono programmati seguendo i nuovi standard energetici a favore dell'ambiente e dei costi di esercizio. Arredi e macchinari vengono selezionati tenendo conto di caratteristiche specifiche di qualità e LCC (Life cycle cost).

14. INVESTIMENTI IN INFRASTRUTTURE, ARREDI, MACCHINARI

13.4M^{CHF}

14. Buone pratiche

- **Aumento dell'efficienza energetica:** Accordo fra la SSR e la Confederazione per migliorare del 10% in dieci anni l'efficienza energetica degli edifici
- **Certificazione ISO 14001 per gli edifici:** La certificazione ISO 14001 viene mantenuta dal 2018 ogni anno, con l'audit di uno specialista esterno
- **Standard minergie progetto BesCom:** Il gruppo di progetto BesCom, che mira a dare una risposta equilibrata alla riduzione delle superfici generata dalla vendita dello stabile RSI di Besso e alla concentrazione di tutta l'attività aziendale nel centro di Comano, lavora seguendo lo standard Minergie.

15. Biodiversità

Diverse aree esterne verdi sono dedicate alla biodiversità. La certificazione Natura ed Economia ricevuta e rinnovata da 4 anni conferma l'utilizzo a questo scopo di un terzo delle aree verdi RSI, corrispondente a 7519 metri quadri.

15. BIODIVERSITÀ

7'519^{m²}

15. Buone pratiche

- **Insect hotel, recinti naturali, zone di protezione faunistica, terrazze vegetali:** Creazione all'interno delle aree verdi RSI di spazi naturali dedicati allo sviluppo di specie vegetali ed animali
- **Certificazioni Natura ed Economia (dal 2019):** Supervisione e supporto della certificazione Natura ed Economia. Alcune biciclette elettriche sono messe a disposizione per consentire in modo rapido, semplice ed ecologico gli spostamenti a breve raggio (ad esempio tra le sedi di Besso e Comano).

08



Conclusioni

Per la RSI responsabilità sociale, sostenibilità e servizio pubblico si intersecano e si presuppongono reciprocamente, mettendo l'accento sull'importanza di una gestione virtuosa accompagnata da pratiche quotidiane ispirate ai valori che guidano l'operato delle unità aziendali dell'intera SSR.

Schema riassuntivo

La seguente tabella riporta tutti i dati rilevati nel rapporto, offrendo così una visione d'insieme dell'impegno di RSI nell'ambito della sostenibilità. In prospettiva futura tali indicatori potranno essere comparati ai dati raccolti a livello cantonale, consentendo la definizione di soglie medie utili per avere una visione del proprio posizionamento a livello di economia locale. Questa raccolta di dati rappresenta inoltre un utile strumento di analisi dei risultati nel corso degli anni, che permette così di monitorare l'evoluzione positiva o negativa dei singoli dati e di programmare gli interventi futuri, definendo gli obiettivi da raggiungere.

La tabella consente una comparazione con gli indicatori delle linee guida internazionali come SDG's, OCSE e Global Reporting Initiative (GRI).



Categoria	N.	Indicatore	Unità	Dato
1. Valore aggiunto	1.1	Valore economico distribuito in Ticino	CHF/mio	192
2. Investimenti in ricerca, sviluppo ed innovazione (R&SI)	2.1	Valore investimenti in R&SI	CHF/mio	4.6
	2.2	Percentuale valore investimenti R&SI su totale budget	%	2.1
3. Fornitori	3.1	Numero totale fornitori	n.	1845
	3.2	Percentuale fornitori locali	%	43.5
	3.3	Valore economico distribuito ai fornitori	CHF/mio	87.951
	3.4	Percentuale valore economico distribuito ai fornitori locali	%	60.5
4. Formazione	4.1	Formazione per dipendente	ore	79.75
	4.2	Percentuale personale formato	%	85
5. Diversità inclusione	5.1	Rappresentanza donne nel Comitato Direttivo (CD)	%	36
	5.2	Rappresentanza donne in ruoli dirigenziali	%	22
	5.3	Percentuale personale under 35	%	14
	5.4	Percentuale personale over 50	%	42
6. Contratti di lavoro	6.1	Differenza salariale di genere	%	2.4
	6.2	Numero contratti di apprendistato	n.	16
	6.3	Percentuale assenze malattia	%	2.3
	6.4	Percentuale turnover	%	1.1
	6.5	Percentuale assenze per infortunio	%	0.4
7. Welfare aziendale	7.1	Investimenti in welfare per dipendente	CHF/per	711
8. Progetti per la comunità locale	8.1	Importo complessivo erogato in donazioni e sponsorizzazioni	CHF/mio	0.107
	8.2	Associazioni beneficiarie da donazioni e sponsorizzazioni	n.	3
9. Materiali	9.1	Materiali principali utilizzati dall'azienda (consumo di carta)	t	15.8
	9.2	Percentuale materiali di origine riciclata e/o riutilizzata	%	61
10. Energia	10.1	Totale energia consumata	MWh	15'143.7
	10.2	Percentuale consumi energia da fonti rinnovabili	%	50
	10.3	Intensità energetica (rispetto alle ore di produzione propria)	MWh/unità	3.57
11. Risorse idriche	11.1	Prelievo di acqua	m3	18'488
	11.2	Intensità prelievo acqua (rispetto alle ore di produzione propria)	m3/unità	4.4
12. Emissioni di GHG	12.1	Emissioni totali GHG	tCO2eq	2'385
	12.2	Intensità emissioni di GHG (rispetto alle ore di produzione propria)	tCO2eq / unità	0.56
13. Gestione rifiuti	13.1	Totale rifiuti prodotti	t	146
	13.2	Percentuale rifiuti riciclati o riutilizzati	%	54
14. Investimenti	14.1	Investimenti infrastrutture, arredi, macchinari	CHF/mio	13.4

Gli obiettivi

Gli obiettivi di sostenibilità sono stati definiti sulla scorta delle informazioni e dei dati raccolti, in rapporto alle strategie generali della SSR e della RSI. L'identificazione più dettagliata dei temi materiali (e cioè quei temi, percepiti come rilevanti dagli stakeholder, che possono avere un impatto importante sulle attività dell'azienda), e l'elaborazione della matrice di materialità verranno elaborate man mano, grazie alla

1 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

L'equilibrio nella gestione delle risorse finanziarie è premessa essenziale per garantire la quantità e la qualità delle produzioni radiotelevisive e multimediali nel rispetto del mandato di servizio pubblico. L'evoluzione del mercato a livello demografico e tecnologico e la mutata disponibilità di introiti dall'offerta pubblicitaria spingono la RSI alla costante ricerca di soluzioni nell'ottica di uno sviluppo sostenibile per l'azienda e il territorio. Un obiettivo di equilibrio per il quale la RSI continuerà ad adoperarsi col massimo impegno, coniugando gli obiettivi economici con l'attenzione agli impatti sociali e ambientali.

2 RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Sempre più consapevole dell'importanza delle tematiche ambientali, la RSI si impegna ad offrire il proprio contributo misurando l'impatto delle sue attività, con l'obiettivo di migliorare le prestazioni. La RSI ritiene inoltre la tutela dell'ambiente un obiettivo fondamentale anche nell'ambito della programmazione. L'informazione e la formazione su questi temi soprattutto per le giovani generazioni rappresenta un elemento fondamentale nella promozione di una cultura della sostenibilità e nello sviluppo di una cittadinanza attiva.

3 BENESSERE DELLE COLLABORATRICI E DEI COLLABORATORI

Le condizioni di lavoro delle collaboratrici e dei collaboratori sono la premessa fondamentale per la qualità del servizio fornito dalla RSI. La motivazione, il coinvolgimento, la corretta circolazione delle informazioni, la collaborazione, la flessibilità e la fiducia sono fondamentali per l'aumento del benessere psicofisico di ogni collaboratrice e di ogni collaboratore. Un ambiente lavorativo sicuro e sereno contribuisce in maniera evidente, insieme ad una costante attenzione alla formazione e allo sviluppo, alla piena realizzazione del personale e alla sua soddisfazione. Perseguire il benessere delle collaboratrici e dei collaboratori come obiettivo significa fornire risposte concrete alle loro esigenze professionali e personali.

strutturazione di un dialogo con gli stakeholder su queste tematiche. Lo scambio di informazioni permetterà di arricchire le prossime edizioni di questo rapporto con interventi ancor più specifici con l'obiettivo di migliorare costantemente la creazione di valore condiviso.

4 RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

La RSI, che promuove e integra i valori del servizio pubblico in tutte le sue attività, considera il rapporto con i portatori di interesse una priorità per meglio conoscere e soddisfare le esigenze del pubblico e del territorio. Mantiene sempre vivi l'ascolto e il dialogo con la comunità attraverso momenti privilegiati di incontro con la molteplicità di interlocutori con cui interagisce: dalle associazioni nell'ambito della cultura, dell'economia e della politica, dello sport e del sociale al mondo della formazione. Lo scambio di opinioni e il confronto dei punti di vista aiutano a rappresentare adeguatamente il nostro territorio tenendo conto dei suoi valori, delle sue tradizioni e della pluralità di voci che lo caratterizzano.

5 QUALITÀ DELL'INFORMAZIONE

La qualità dell'informazione non è solo un obiettivo del mandato di prestazione RSI ma un principio centrale di ogni scelta operativa. La completezza delle informazioni, l'affidabilità delle fonti e l'equilibrio tra la pluralità dei punti di vista hanno sempre fatto parte della cultura aziendale. In un contesto di moltiplicazione delle fonti di informazione, la RSI mantiene saldo l'impegno di tutelare la qualità dei propri servizi giornalistici. Il suo obiettivo è fornire un'informazione affidabile e completa sui temi di maggiore interesse per il pubblico, integrando anche gli aspetti legati allo sviluppo sostenibile.

6 TUTELA DELLA REPUTAZIONE

La RSI crede fermamente che la reputazione si costruisca sulla trasparenza, sulla fiducia e soprattutto sulla conoscenza. Tenere alta la propria reputazione è uno degli obiettivi fondamentali della sua attività. Qualunque difficoltà, errore o incomprensione devono essere affrontati e condivisi, assumendosi la responsabilità delle proprie scelte ma soprattutto tutelando la serietà e l'impegno costante di chi opera nell'azienda. Adempiere il mandato di servizio pubblico implica il rispetto di ogni collaboratrice e collaboratore e di ogni ascoltatrice e ascoltatore. Sulla professionalità e sul rispetto la RSI basa la propria reputazione, e considera un obiettivo sostenerla anche nei momenti più difficili, facendo conoscere al maggior numero possibile di utenti le caratteristiche del proprio lavoro e le condizioni in cui essa opera.

RSI – Radiotelevisione svizzera di lingua italiana

Via Cureglia 38
6949 Comano
tel. 058 134 5111

info@rsi.ch
www.rsi.ch



NEL TUO MONDO