



Radiotelevisione  
svizzera

# RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2021

Dati relativi al 2019 - 2020



[Lettera del direttore](#)

[L'anno del Covid](#)

**[La creazione di valore condiviso](#)**

**[La responsabilità sociale](#)**

**[L'azienda](#)**





Lettera del direttore .....	3
L'anno del Covid-19 .....	4
<b>La creazione di valore condiviso</b>	
■ Il servizio pubblico radiotelevisivo .....	6
■ Panoramica cifre chiave 2019 .....	11
■ Obiettivi di sostenibilità .....	12
<b>La responsabilità sociale</b>	
■ La responsabilità sociale per la RSI .....	15
■ Il rapporto con gli stakeholder .....	16
■ Le buone pratiche .....	20
- Mercato e comunità .....	21
- Risorse umane .....	28
- Swissness e fornitori .....	37
- Ambiente .....	41
■ Prossimi passi .....	48
■ Indicatori GRI .....	49
<b>L'azienda</b>	
■ La SSR .....	60
■ La RSI .....	63
■ La televisione .....	65
■ La radio .....	67
■ L'offerta digitale .....	68
■ La pubblicità alla RSI .....	70
■ Contatti .....	71



## LETTERA DEL DIRETTORE USCENTE

Sostenibilità, una parola e un concetto che sono entrati prepotentemente nel linguaggio e nella pratica di tutte le aziende.

In un mondo che vive un cambiamento permanente diventa essenziale avere uno sguardo panoramico sulle proprie attività, soprattutto sul modo di condurle, sull'impatto che hanno sulla società, sulle persone, sul proprio modo di essere.

Questo rapporto di sostenibilità è figlio del bilancio sociale che RSI ha pubblicato già un paio di decenni fa. Leggerlo significa compiere un percorso che va oltre l'elemento centrale della nostra azione, i programmi. Ci sono molti modi di arrivare all'obiettivo e raccogliere i dati per questo rapporto ha significato guardare dentro di noi, in ogni interstizio, in ogni atto del nostro lavoro. Abbiamo scoperto con orgoglio – ogni tanto bisogna esercitare anche un sano orgoglio di squadra – quanti elementi positivi ci sono in azienda.

Non sono soltanto i risultati di ascolto, di fedeltà e radicamento nel pubblico, sono anche le pratiche legate alle attività quotidiane di tutti i settori, che contribuiscono a dare un quadro di assieme di grande valore. Naturalmente ci sono anche punti e situazioni nelle quali dobbiamo fare meglio e di più e lo scopo di questo lavoro è proprio quello di identificarli per rendere la sostenibilità un elemento del nostro agire concreto in tutti i campi, dalla qualità dei programmi all'uso razionale di materiali e risorse, alle relazioni umane. Perché sostenibilità resta una parola vuota se non è accompagnata dalla consapevolezza.

Questo lavoro ha rappresentato un momento di confronto con noi stessi e un ringraziamento particolare va a **Milena Folletti**, che con **Reto Ceschi**, **Cathy Flaviano**, **Enrico Carpani** ha fatto sì che in un anno segnato dalla pandemia i programmi fossero collante sociale per un pubblico spesso sconcertato. **Giuseppe Gallucci**, responsabile delle finanze, ha diretto i lavori del gruppo, credendo fino in fondo nel valore di questo documento.

**Maurizio Canetta**  
Direttore RSI 2014-2021



## LETTERA DEL DIRETTORE

Ho assunto la Direzione della RSI da poche settimane soltanto, ma quello della **sostenibilità** è e sarà per me un cantiere centrale e strategico, perché questa è la via che tutta la SSR ha saggiamente scelto nel disegnare il proprio sviluppo nei prossimi decenni e i propri rapporti con la società.

La sostenibilità è un valore in sé, ma è anche conseguenza e punto d'arrivo di scelte innovative e comportamenti virtuosi in tutti i nostri ambiti d'attività. Di primo acchito uno pensa alla sostenibilità ambientale e al cambiamento climatico: che però vengono pesantemente influenzati dalle buone pratiche individuali e collettive, dal senso di responsabilità che i singoli e le aziende decidono di mettere in campo.

In quanto veicolatrice di immagini e suoni, di notizie, approfondimenti e intrattenimento, la RSI ha un **impatto** particolarmente significativo sulla società. Il suo ruolo di servizio pubblico e un'attenzione ancora più costante a **valori e obiettivi largamente condivisi** devono renderla, da questo punto di vista, esemplare. Il concetto di sostenibilità travalica dunque di gran lunga gli aspetti puramente ambientali abbracciando concetti altrettanto centrali: tra questi la **parità di genere**, quella di accesso e di trattamento, l'intergenerazionalità, la **responsabilità sociale**, ai quali attribuisco la massima importanza tanto al nostro interno che nei rapporti con l'esterno. La nostra posizione e il nostro ruolo attirano su di noi l'attenzione della società e di tutte le sue componenti: le aspettative sono alte ed è nostro compito fare tutto il possibile per soddisfarle con **comportamenti individuali e aziendali virtuosi**.

Questo *Rapporto di sostenibilità* descrive la situazione negli anni 2019 e 2020. È dunque da leggersi come una fotografia che indica, nei vari ambiti, a che punto siamo, ma anche quali misure dovranno essere adottate per migliorare.

Per il sottoscritto, una base di partenza su cui costruire, insieme al Comitato direttivo e con il sostegno del Personale, i prossimi passi. Un solo esempio, quello delle segnalazioni – giunte a fine 2020 – di presunti comportamenti lesivi della dignità delle persone sotto forma di molestie, di *mobbing* o di *bossing*: anche questo è un campo che rientra appieno nel tema della sostenibilità poiché, se dovessero confermarsi, tali comportamenti avranno tradito un sistema di valori trasversalmente condivisi in tutta l'Azienda e a tutti i livelli.

Un'ultima annotazione: poiché la RSI non vive in una bolla, ma agisce in un **territorio** e si confronta quotidianamente con un'**opinione pubblica** che ne legittima l'operato, per rafforzare e fissare ancor più saldamente le buone pratiche rilevate in questo Rapporto dovremo consolidare ulteriormente le relazioni con i nostri **stakeholder** e intensificare – nella comunicazione e in puntuali sinergie – i rapporti di collaborazione con tutta la società civile e le sue componenti.

Produrre dei programmi è una parte centrale del nostro mandato di servizio pubblico, ma non basta più. Consapevole della propria responsabilità sociale (oltre che economica quale datore di lavoro e culturale in senso lato), con questa pubblicazione RSI inaugura un nuovo 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.

Buona lettura!

**Mario Timbal**  
Direttore RSI





Nel 2020 l'emergenza COVID-19 ha improvvisamente fatto irruzione nell'organizzazione dell'offerta RSI, portando non solo all'immediata adozione delle misure necessarie per svolgere il mandato (Radio/TV/web) in condizioni di sicurezza, ma anche ad un rapido ripensamento di numerose modalità produttive. In pochi mesi, grazie all'adeguamento delle piattaforme tecniche avvenuto già prima della pandemia, il 50% delle collaboratrici e dei collaboratori ha potuto passare ad operare in modalità *smart working* per diminuire i rischi di contagio. Ma soprattutto, la necessità di rappresentare un punto di riferimento per un'informazione aggiornata in tempo reale alle cittadine e ai cittadini ha assegnato ben presto un ruolo viepiù centrale all'Informazione.

Le conferenze stampa delle autorità cantonali e del Consiglio Federale, oggetto di dirette pressoché quotidiane, sono diventate appuntamenti fissi per una parte cospicua della popolazione. Diversi supplementi di offerta sono stati messi in campo, 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.

Le produzioni sportive sono state drasticamente ridimensionate, per la caduta o il rinvio di manifestazioni sia nazionali che internazionali, compreso i Giochi olimpici e gli Europei di calcio. 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. Tutto ciò ha portato anche a rivedere la distribuzione e l'utilizzo delle risorse umane e finanziarie assegnate alle diverse produzioni, con la conseguente impossibilità di un confronto diretto fra i dati e gli indicatori del 2019 e quelli del 2020, gli anni presi in considerazione in questo rapporto. È per questo motivo che nelle pagine che seguono le sezioni relative ai dati riportano le cifre del 2019, e non quelle del relativamente "eccezionale" 2020.

# LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO



## IL CONTESTO

Oggi i media di servizio pubblico operano in un contesto caratterizzato da incognite e criticità un tempo impensabili. Adeguarsi al panorama mediatico ridisegnato dalla rivoluzione digitale e ridurre i costi sono le due grandi sfide sul terreno. Per vincerle sono necessarie scelte aziendali proattive e strategie editoriali innovative.



La **FRAMMENTAZIONE DELL'AUDIENZE** rende sempre più difficile e costoso restare rilevanti per una vasta parte del pubblico, in particolare per i più giovani, mettendo a repentaglio la stessa legittimità del servizio pubblico.



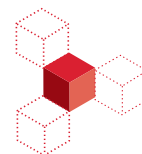
La **CONCORRENZA CRESCENTE** da parte dei colossi globali e delle società di telecomunicazioni modifica gli equilibri dell'ecosistema mediatico, sottrae risorse pubblicitarie al mercato interno e altera la struttura della catena del valore.



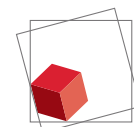
I raggruppamenti di **MEDIA COMMERCIALI** e i loro portafogli sono in crescita e stanno diventando più potenti, mettendo a rischio la diversità dei media e la pluralità delle opinioni.



La **SOCIETÀ** si va polarizzando spostandosi verso gli estremi in termini di politica, ricchezza e istruzione, mentre si allarga il divario fra città e aree periferiche.



L'avvento dei **BIG DATA** porta quanti lavorano nei media ad affrontare sfide imprevedibili rispetto alle loro competenze, sfide che stanno mettendo a rischio le loro posizioni di lavoro.



### UN CAMPO DA GIOCO IRREGOLARE

Se tradizionalmente le regole erano "protettive" nei confronti dei media di servizio pubblico, le pressioni della politica per la ridefinizione del servizio pubblico sembrano ostacolare il loro adattamento ad esigenze sociali in rapida evoluzione.



Importanti **MISURE DI AUSTERITÀ** ridimensionano le risorse dei media. Sarà necessario sostenere i media più piccoli, o andare incontro alla loro chiusura.



## VISIONE

**Sfruttiamo le opportunità della digitalizzazione e ci impegniamo nel cambiamento. Sappiamo sperimentare e innovare. La nostra offerta suscita emozioni.**

## MISSIONE

**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.

## I VALORI

### DIVERSITÀ

La diversità rende la Svizzera un Paese straordinario. Per questo motivo mettiamo in risalto e valorizziamo le nostre caratteristiche e rafforziamo la convivenza tra maggioranze e minoranze.

### QUALITÀ

Siamo sinonimo di credibilità, competenza e professionalità. Valutiamo i fatti in base alla loro rilevanza e non alla loro eco a breve termine. Impariamo dai nostri errori.

### INDIPENDENZA

Elaboriamo programmi e contenuti giornalistici in modo indipendente, liberi da influenze politiche, economiche o di qualsivoglia natura.

### RESPONSABILITÀ

Utilizziamo in modo responsabile le risorse e i mezzi a nostra disposizione.

### DIALOGO

Le persone ci stanno a cuore. Promuoviamo rapporti corretti e basati sulla fiducia. Grazie al nostro radicamento regionale e alla ricerca continua del dialogo, siamo vicini alla gente.

### CREATIVITÀ

Sfruttiamo le opportunità della digitalizzazione e ci impegniamo nel cambiamento. Sappiamo sperimentare e innovare. La nostra offerta suscita emozioni.

La rivoluzione digitale sta modificando i metodi di produzione, diffusione e fruizione dei contenuti. Per conservare e rafforzare la sua posizione sul mercato mediatico, la RSI deve aggiornarsi costantemente non solo sul piano tecnologico ma anche nella cultura aziendale. Insieme agli strumenti per fare Radio, TV e Multimedia, di giorno in giorno cambiano anche le conoscenze che sono necessarie per utilizzare questi strumenti.

Ma a cambiare è soprattutto la gestione dell'intero processo di creazione e distribuzione. La RSI si trova a collaborare con grandi player internazionali per servizi che un tempo erano creati e gestiti "in casa". Passati definitivamente i tempi in cui le apparecchiature si ammortizzavano in dieci o quindici anni, se non di più, oggi è indispensabile un aggiornamento costante su tutto ciò che può velocizzare o migliorare la produzione di contenuti e la loro distribuzione. Radio e Televisione, un tempo unici canali di distribuzione, sono affiancati oggi da un'ampia costellazione di piattaforme interne ed esterne, per ognuna delle quali, se si vuole raggiungere il pubblico dovunque esso si trovi e in ogni momento, è necessario adeguare l'offerta dal punto di vista sia dei contenuti che del formato.

Il contesto in cui la RSI opera esige attori flessibili e dinamici, in grado di adattarsi rapidamente a nuove situazioni e a nuove sfide. È grazie alla capacità di stare al passo, coltivata con scelte strategiche e tecnologiche efficaci, che l'azienda è stata in grado di rispondere al meglio a sfide improvvise come quella della pandemia Covid19: durante il "lockdown" la RSI ha potuto adottare fin da subito la modalità di smart working per produzioni, collaborazioni, scambio di documenti, trasmissione di dati in tutti i suoi settori. E questo senza pregiudicare la qualità e la continuità del servizio pubblico.





## LA SODDISFAZIONE DEL PUBBLICO E IL CONTROLLO DELLA QUALITÀ



La Concessione SSR, che definisce i compiti del servizio pubblico radiotelevisivo e le linee guida delle sue attività, contiene (nell'art. 4) indicazioni precise sulla qualità dell'offerta, a partire da cinque capisaldi: **relevanza, professionalità, indipendenza, varietà e accessibilità**, e impone all'azienda un sistema di garanzia della qualità che prevede processi consolidati per la verifica delle norme qualitative stabilite. Tali norme devono essere pubbliche e vengono verificate annualmente in modo da stare al passo con "le migliori prassi nazionali ed estere".

La qualità dell'offerta è oggetto di verifiche periodiche, condotte da esperti esterni, di cui il pubblico deve essere regolarmente informato. Anche l'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM), da parte sua, "fa analizzare regolarmente prove a campione dell'offerta editoriale da istituzioni qualificate e ne pubblica i risultati".

L'art. 3 della Concessione esprime il concetto di swissness e l'esigenza di integrarlo nella prassi aziendale.

Il concetto di sostenibilità a sua volta viene ripreso, oltre che nella Concessione SSR, anche nella Carta del giornalismo SSR, nel Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR e nelle Direttive editoriali RSI.

L'adempimento del mandato di servizio pubblico viene verificato attraverso "indicatori di performance" predeterminati (KPI).

I processi interni della RSI prevedono un monitoraggio regolare e costante dell'offerta, che coinvolge anche esperti esterni.

Anche il pubblico è coinvolto nella valutazione dell'offerta: come indicato nell'articolo 5 della Concessione, le emittenti della SSR verificano periodicamente, anche tramite esperti esterni, il raggiungimento degli obiettivi contenuti nella strategia dell'offerta, informano il pubblico dei risultati e ne discutono con la società civile in collaborazione con le società regionali, che rappresentano gli utenti della radiotelevisione di servizio pubblico in Svizzera.

## PERCHÉ È IMPORTANTE LA PRESENZA DI UN MEDIA DI SERVIZIO PUBBLICO NEL PROPRIO PAESE?

### Ogni **TERRITORIO**

ha l'esigenza di leggere la realtà locale e globale attraverso la sua identità culturale, la sua lingua, le sue tradizioni.

### Ogni **COMUNITÀ**

ha la necessità di ricevere informazioni attendibili, serie e imparziali, commentate in modo corretto e completo da interlocutori qualificati in grado di proporre punti di vista differenti.

### Ogni **INDIVIDUO**

ha bisogno di riconoscersi nella rappresentazione della sua comunità che deve sforzarsi di essere inclusiva e coesa, rappresentando e spiegando la molteplicità di storie che la compongono.

Tutto questo ha valore a maggior ragione nella Svizzera multiculturale e plurilingue: una "Willensnation" che poggia sui valori della solidarietà e della comprensione reciproca. Nella votazione del 2018 sull'iniziativa *No Billag*, che chiedeva di abolire il canone radiotelevisivo, la popolazione elvetica ha riconosciuto a grande maggioranza il ruolo imprescindibile della SSR e delle sue emittenti come fattori di coesione e di conoscenza fra le diverse componenti del Paese e nel contribuire alla libera formazione delle opinioni. L'importanza del servizio pubblico radiotelevisivo si declina in forme e contesti diversi, alcuni dei quali sono elencati qui di seguito.

Non dovendo rispondere a logiche di profitto, il servizio pubblico radiotelevisivo può realizzare prodotti in **AUTONOMIA E INDIPENDENZA** con l'unico obiettivo di offrire occasioni di informazione, cultura e intrattenimento a tutte le fasce di pubblico.

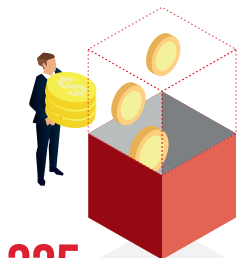
La presenza di una radiotelevisione nazionale sul proprio territorio rende possibile sviluppare **COMPETENZE PROFESSIONALI** di alto livello e offrire **OPPORTUNITÀ DI LAVORO** alle giovani generazioni.

Senza un'emittente di servizio pubblico, non esisterebbe la possibilità di mantenere un **ARCHIVIO STORICO** in grado di raccontare la quotidianità del nostro Paese.

La presenza di **EVENTI CULTURALI E SPORTIVI** di rilievo sul territorio è sostenuta dalla possibilità di dar loro visibilità attraverso i media locali.

In un contesto caratterizzato da un numero enorme di contenuti a disposizione degli utenti, il servizio pubblico radiotelevisivo rappresenta un punto di riferimento per verificare l'**ATTENDIBILITÀ DELLE INFORMAZIONI**, sia sui vettori aziendali che su piattaforme esterne.

# PANORAMICA SULLE CIFRE CHIAVE 2019



**335**

**franchi:** è la cifra che i cittadini svizzeri pagano per la tassa di ricezione. Più della media europea, perché gli svizzeri sono solo 8,6 milioni, e la SSR deve produrre programmi in quattro lingue.

## INDOTTO

**500**

circa sono i **posti di lavoro** creati nelle imprese della Svizzera italiana grazie alla presenza della RSI.

**180**

**milioni di franchi:** è il contributo della RSI all'economia della Svizzera italiana. Nella cifra sono compresi gli stipendi ai collaboratori, gli oneri sociali e i finanziamenti a manifestazioni e organismi culturali. **45 milioni** sono destinati all'acquisto di beni e servizi da **898** fornitori della regione. La cifra non comprende l'indotto.

## CANONE

**42%**

**in meno:** tanto costerebbe il canone se la SSR trasmettesse in una sola lingua, invece che nelle quattro lingue nazionali.

**45**

**milioni di franchi:** è la cifra versata dai residenti in Ticino e Grigioni italiano per la tassa di ricezione.

**1'180**

**milioni di franchi:** è la cifra che la SSR ha incassato nel 2019 dalle tasse di ricezione.

**228**

**milioni di franchi:** è la cifra che la RSI ha ricevuto nel 2019 dalla SSR per produrre e trasmettere i suoi programmi. Proviene in gran parte dalla tassa di ricezione e dalla pubblicità. La chiave di riparto nazionale prevede che alla RSI vada il **16%** della cifra destinata alle unità aziendali SSR.

**2'421**

**milioni di Euro:** è il budget di Mediaset, il principale concorrente delle reti TV della RSI. Il budget della RAI è invece di **2'404 milioni di Euro** (ultimi dati disponibili, bilancio 2018). In pratica la concorrenza ha mezzi finanziari 10 volte superiori rispetto alla RSI (e costi di produzione molto più bassi, per la differenza nel costo della vita).

## CONCORRENZA



## CULTURA

**236**

sono i **concerti** prodotti o registrati e trasmessi dalla RSI nell'anno. Sono compresi i 28 appuntamenti con l'OSI, le esibizioni di Barocchisti e Coro della RSI, la stagione Jazz con gli altri concerti legati a Rete Due e gli showcase, che permettono al pubblico di incontrare grandi protagonisti e promesse della musica svizzera e internazionale nello Studio 2 o nell'auditorio della RSI a Besso.

**3.8**

**milioni di franchi:** è la cifra spesa dalla RSI nel 2019 per sostenere la vita culturale nella Svizzera italiana, e comprende il contributo all'OSI, all'attività concertistica e al Locarno Film Festival. Fra l'altro la RSI ha sostenuto nell'ambito del Pacte de l'audiovisuel la produzione di **57** fra documentari, film e cortometraggi per un totale di circa **3,1 milioni** di franchi.

## MULTIMEDIA

**179**

sono i programmi RSI presenti su Podcast. L'offerta multimediale della RSI comprende anche il Teletext e il "tasto rosso", che unisce la TV digitale a internet e permette non solo di fruire tramite il televisore di programmi TV e radio ma anche di visualizzare testi, immagini e banner che rinviano all'offerta Smart TV.

## LAVORO

**60**

sono le **professioni** esercitate alla RSI. Ci sono conduttori, giornalisti, cameraman, registi, ma anche tecnici del suono, montatori, media manager, infografici, operatori multimediali, cam cutter, videomaker, costumisti, truccatrici, script... Molte di queste professioni, ad alto contenuto tecnologico, non potrebbero essere esercitate nella Svizzera italiana se non ci fosse la RSI.

**1'142**

erano a fine 2019 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.

**64.9**

**milioni di volte** sono stati cliccati i contenuti audio e video della RSI ne 2019: due "play" al secondo.

**8**

sono i **social media** su cui la RSI è presente: *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, TikTok, Whatsapp* e *Spotify*. Sfruttare l'interazione tra canali tradizionali e internet permette di rafforzare lo scambio e il legame con il pubblico.

**86'000**

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

**6**

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

**30**

**milioni di volte** è stata visitata l'**offerta multimediale RSI** (sito web e app) nel corso del 2019, con una media mensile di 432'000 utenti unici. La Concessione assegna alla SSR il mandato di raggiungere il pubblico dovunque esso si trovi: quindi anche su internet e in generale sui dispositivi mobili.

## TV

**32.9%**

è la **quota di mercato complessiva** nel 2019 de LA 1 e LA 2 nel Prime Time (la fascia di maggior ascolto, che va dalle 18 alle 23). Nell'arco delle 24 ore lo share è del **24,4%**. Alle spalle di LA 1, i canali più seguiti nella Svizzera italiana sono stati, nell'ordine: Canale 5, LA 2, Rai 1, Italia 1.

**164'900**

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 **36'900** persone nella Svizzera tedesca, e **22'200** nella Svizzera romanda.

**2'868**

su 2'868 (pari al 42%) 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.

## RADIO

**56.5%**

è la **quota di mercato** complessiva nel 2019 delle reti radio RSI nella Svizzera italiana. Rete Uno è la più ascoltata con il **35%** di qdm. Rete Due totalizza il **3.8%**, mentre Rete Tre è seguita dal **17.7%** dei radioascoltatori.

**9'677**

su 22'661 (repliche escluse), pari al 43%, sono le **ore di produzione propria** delle reti radio della RSI.

**175'000**

sono i **contatti medi giornalieri** delle tre reti radio RSI nella Svizzera italiana. Si aggiungono ai **35'600** nella Svizzera tedesca e ai **14'800** nella Svizzera romanda.



Lettera del direttore

L'anno del Covid

La creazione di valore condiviso

La responsabilità sociale

L'azienda

Il servizio pubblico radiotelevisivo | **Cifre chiave 2019** | Obiettivi di sostenibilità



## OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

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 strutturazione di un dialogo su queste tematiche con gli stakeholder. 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## 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 incomprendimento 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.

## "TOLLERANZA ZERO" in materia di tutela dell'integrità personale

Proteggere sempre e in ogni circostanza l'integrità personale delle proprie collaboratrici e dei propri collaboratori è uno dei compiti basilari di un datore di lavoro. Ogni volta che non riesce a farlo, è una volta di troppo.

La cultura della SSR è improntata alla lealtà e al rispetto reciproco. La SSR rispetta e tutela la personalità e la dignità dei propri dipendenti sul posto di lavoro. Le molestie sessuali, il sessismo, il mobbing, il bossing e la discriminazione personale, che violano l'integrità e la dignità personale e ostacolano le pari opportunità sul posto di lavoro, non sono in alcun modo tollerate.

A seguito dei casi denunciati nell'ottobre 2020 dal quotidiano *Le Temps*, la SSR ha avviato una serie di procedimenti di accertamento a tutti i livelli, per fare chiarezza su quanto avvenuto e evitare che situazioni di questo genere, se malauguratamente confermate, non abbiano più a ripetersi. Tra gli obiettivi: migliorare l'efficacia delle procedure in caso di denunce di atti lesivi dell'integrità della persona e garantire la tutela delle potenziali vittime.

La Direzione della RSI, in accordo con il partner sociale SSM sezione Ticino (Sindacato Svizzero dei Massmedia), ha quindi deciso di aprire un procedimento di analisi di tutte le segnalazioni raccolte (circa 40) e di condurre le indagini nei confronti degli autori o delle autrici di possibili molestie e comportamenti scorretti.

Al fine di garantire equilibrio e indipendenza giuridica, RSI e SSM hanno deciso di suddividere in due mandati distinti, assegnati a istanze esterne differenti, l'analisi delle segnalazioni pervenute e la conduzione delle inchieste.

A ulteriore tutela della salute del personale, RSI ha messo a disposizione delle persone chiamate e ascoltate dal pool di avvocati una psicologa del lavoro e delle organizzazioni.

Le inchieste hanno l'obiettivo di determinare se gli atti denunciati sono da ritenersi comprovati e, in caso affermativo, se essi costituiscono lesioni dell'integrità personale e/o molestie psicologiche e/o sessuali o altro genere di lesione della personalità e causa di sofferenza sul posto di lavoro.

Non appena saranno concluse le indagini, nel corso del 2021, se ne valuteranno i risultati e verranno adottate le misure necessarie. All'interno della SSR non vi sono margini di tolleranza per comportamenti inappropriati. Il Consiglio d'amministrazione sostiene fermamente i principi di una politica all'insegna della "tolleranza zero" e fa sì che le sanzioni siano sempre severe e adeguate.

# LA RESPONSABILITÀ SOCIALE



**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.

## IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER

«Gli stakeholder sono definiti come entità o individui che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti o dai servizi dell'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie o raggiungere i propri obiettivi».

*(Global Reporting Initiative Standards)*

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.





## LA CORSI

Uno dei principali stakeholder della RSI è la CORSI (Società cooperativa per la Radiotelevisione svizzera di lingua italiana), la società regionale che rappresenta gli utenti di lingua italiana della radiotelevisione di servizio pubblico in Svizzera. La CORSI fa da garante sui contenuti e sulla qualità dell'offerta editoriale e dei programmi, nel rispetto del mandato federale.

Questo compito di vigilanza spetta principalmente ai suoi organi istituzionali.

L'**Assemblea generale** dei soci si riunisce entro il primo semestre di ogni anno per discutere e approvare il rapporto d'attività CORSI e i suoi contenuti, per esaminare le questioni sollevate dai soci e per eleggere, al termine di ogni periodo amministrativo di 4 anni, i membri dei vari organi e del Consiglio del pubblico, rappresentanti ufficiali del pubblico.

Il **Consiglio regionale** si impegna a promuovere e approfondire la riflessione sulla funzione del servizio pubblico radiotelevisivo e ad allargare la base dei soci della CORSI. Si esprime inoltre sul rapporto annuale sulla qualità e sul servizio pubblico della RSI, e sulla politica dei programmi attuata dall'unità aziendale, sottopostagli direttamente dal Comitato del Consiglio regionale.

Al **Comitato del Consiglio regionale** compete di stabilire la politica dei programmi perseguita dalla RSI nonché la distribuzione delle risorse finanziarie fra le varie reti e aree di programma, entro i limiti posti dalle direttive impartite dal Consiglio di Amministrazione della SRG SSR. Può inoltre proporre la nomina dei responsabili dei programmi dell'unità aziendale e del direttore.

Il **Consiglio del pubblico** rappresenta l'utenza radiotelevisiva e ha un compito di analisi e critica nei confronti dei prodotti diffusi dalla RSI. Nell'esercizio delle sue facoltà, mantiene i contatti con i responsabili di programma e può sottoporre le proprie questioni al Consiglio regionale e al Comitato del Consiglio regionale. È tenuto a presentare un rapporto annuale all'Assemblea dei soci ma gode di autonomia di pubblicazione. È di sua competenza la nomina di un mediatore incaricato di vagliare i reclami degli utenti all'indirizzo di singoli programmi e dell'offerta editoriale della RSI.

Il sito della CORSI: [corsi-rsi.ch](http://corsi-rsi.ch)

# GLI STAKEHOLDER DELLA RSI



## GLI STAKEHOLDER DELLA RSI

**La RSI si relaziona con i partner aziendali e istituzionali e con l'intera società civile della Svizzera italiana.**

Il rapporto con i diversi stakeholder prende forma in modalità diverse, ma sempre all'insegna di un dialogo costruttivo che tenga conto delle esigenze legittime di tutte le componenti della collettività, e valorizzi il ruolo e le aspettative di ciascun interlocutore.

Categoria di 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		■			■

# LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

## LE BUONE PRATICHE



**Inserire la responsabilità sociale fra gli obiettivi primari dell'azienda radiotelevisiva permette di adempiere al mandato di servizio pubblico curando in modo particolare i rapporti con le diverse componenti della società civile (gli "stakeholder") e al contempo tutti quegli aspetti della sua attività che ne configurano un bilancio positivo in termini di sostenibilità.**

Parallelamente alla realizzazione della sua offerta in termini di programmi e contenuti digitali, in cui tali temi non mancano di essere approfonditi con regolarità, la RSI pone quindi un'attenzione particolare nella stessa corporate governance all'ampio ventaglio di tematiche che rientrano nel quadro della responsabilità sociale. Le tematiche in questione possono essere suddivise in quattro ambiti diversi (sebbene sotto più aspetti collegati fra di loro):

- **MERCATO E COMUNITÀ**
- **LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE**
- **L'ACQUISTO DI PRODOTTI E SERVIZI**
- **L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE**

Le pagine che seguono offrono una panoramica complessiva sulle diverse modalità in cui le scelte e i processi aziendali si confrontano con i temi appena accennati, e approfondiscono brevemente alcune delle esperienze più significative: dalle condizioni di lavoro alle pari opportunità, dall'impatto energetico alla mobilità sostenibile.



[Lettera del direttore](#)

[L'anno del Covid](#)

[La creazione di valore condiviso](#)

[La responsabilità sociale](#)

[L'azienda](#)

[La responsabilità sociale per la RSI](#)

[Rapporti con gli stakeholder](#)

[Le buone pratiche](#)

[Mercato e comunità](#)

[Risorse umane](#)

[Swissness e fornitori](#)

[Ambiente](#)

[Prossimi passi](#)

[Indicatori GRI](#)





In quanto emittente di servizio pubblico, la RSI intrattiene rapporti significativi con l'intera società della Svizzera 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.

L'elenco delle partecipazioni istituzionali della RSI comprende associazioni, enti e istituzioni legati alla **vita pubblica** (*Commissione culturale consultiva italo-svizzera, Forum per l'italiano in Svizzera, Corso di giornalismo della Svizzera italiana, HR Ticino, Media in piazza, #servizipertutti*), all'**istruzione** (USI, SUPSI), alla **cultura** (*LAC, Locarno Film Festival, Fondazione Moebius, Festival dei diritti umani, Hack the City, Fondazione Lugano Musica, Fondazione Orchestra Svizzera italiana, Barocchisti, Estival Jazz, Jazz Ascona, Longlake Festival*), ma anche allo **sport** (*Sportech*) e alla tradizione del **carnevale** (*Rabadan, Nebiopoli*).

Temi principali:

- OFFERTA E PUBBLICO
- RAPPORTI CON LA SOCIETÀ

## OFFERTA E PUBBLICO



- **CONTRIBUTO ALLA FORMAZIONE DELLE OPINIONI**  
Informazione, dibattiti, approfondimento e cultura offrono strumenti critici indispensabili per coltivare la cittadinanza e contribuiscono a far crescere la comunità
- **OFFERTE MULTIPIATTAFORMA**  
Declinazione dei contenuti su tutti i vettori usati dal pubblico per permetterne la fruizione “anywhere, anyhow, anytime”
- **IL DIGITALE AL SERVIZIO DEL PUBBLICO**  
Uso delle nuove tecnologie per migliorare ed estendere sempre di più la fruizione dei contenuti
- **CONSULENZE E TUTORIAL**  
Programmi che aiutano il pubblico a districarsi nella vita quotidiana e a muoversi nel mondo del web e dei servizi digitali
- 🔍 ■ **PARITÀ DI GENERE NEI PROGRAMMI**  
Impegno ad inserire figure femminili nel programma e monitoraggio costante dei risultati
- 🔍 ■ **OFFERTE PER PUBBLICI DI NICCHIA**  
Produzione di contenuti adatti per andare incontro alla frammentazione del consumo e alla molteplicità degli interessi
- 🔍 ■ **PROSSIMITÀ E SWISSNESS**  
Valorizzazione del territorio e contributo alla coesione nazionale e alla conoscenza delle altre regioni del Paese in tutta l’offerta radiotelevisiva e online

### OFFERTA E PUBBLICO



#### Monitoraggio della parità di genere nei programmi\*

- 3916 trasmissioni monitorate (3'026 radio e 890 TV)
- Conduzioni femminili: 35,3%
- Conduzioni maschili: 64,7%
- Ospiti femminili: 36,6%
- Ospiti maschili: 63,4%

\*ricerca SUPSI 2019



Il 67% dei programmi RSI è caratterizzato dall'indice di coesione, assegnato ai contenuti che propongono un valore aggiunto in termini di conoscenza reciproca fra le diverse regioni svizzere.



### PARITÀ DI GENERE NEI PROGRAMMI

La rappresentanza di genere nell'offerta di programma è una priorità della politica aziendale, ed è stato oggetto a più riprese di un monitoraggio curato dalla SUPSI. L'obiettivo, comune alle unità aziendali SSR, è il raggiungimento di una proporzione "50:50" tra donne e uomini tanto nella conduzione che tra gli ospiti di tutti i programmi. Tale obiettivo viene perseguito attraverso un lavoro costante di adeguamento delle conduzioni e nell'invito alle/agli ospiti: un "work in progress" che richiederà verosimilmente alcuni anni per poter giungere alla piena realizzazione.

Fra le misure adottate figurano:

- il coinvolgimento delle istituzioni e delle associazioni professionali e di categoria della Svizzera italiana per ampliare il ventaglio di interlocutrici ed esperte da interpellare nelle trasmissioni
- l'introduzione di un monitoraggio mensile dei dati, da mettere a disposizione delle e dei responsabili di tutte le redazioni
- l'inclusione della promozione della diversità, non solo di genere, tra gli obiettivi di tutto il personale responsabile delle redazioni.

### PROSSIMITÀ E SWISSNESS

L'obiettivo della coesione nazionale e della conoscenza reciproca fra le diverse regioni linguistiche del Paese è perseguito non solo nei programmi di informazione, approfondimento e cultura. Ad esempio, i diversi giochi e quiz in onda sulle reti RSI propongono regolarmente fra i temi delle domande notizie, particolarità e personaggi legati ad ogni angolo della Svizzera. Un concetto di swissness che passa attraverso una modalità leggera e divertente, e che permette ad ascoltatrici/ori e telespettatrici/ori di conoscere aspetti spesso poco noti delle altre regioni e culture nazionali.

### OFFERTA E PUBBLICO



Circa **2'500** ragazze e ragazzi della Svizzera italiana hanno collaborato fra il 2016 e il 2019 nell'elaborazione e nella realizzazione dei contenuti di SPAM.



### DALL'OFFERTA TRADIZIONALE ALLA "GENERAZIONE Z"

**L'ora della terra**, programma radiofonico della domenica mattina di Rete Uno, è uno degli appuntamenti tradizionali per il pubblico della Svizzera italiana. In onda fin dai tempi di Radio Monteceneri, affronta temi legati all'agricoltura, all'ambiente, alla biodiversità. La presenza di due esperti in trasmissione permette di fornire risposte alle numerose domande che giungono in redazione. Proprio per sottolineare il forte legame con il fedelissimo pubblico, a volte - soprattutto in occasione di eventi particolari - la trasmissione viene realizzata in esterno, offrendo agli ascoltatori la possibilità di incontrare personalmente i curatori e i conduttori.

Dalla tradizione contadina alla "generazione Z": rivolgersi ai giovani è una delle sfide più impegnative per le emittenti pubbliche (e in generale per i media "tradizionali"). La RSI si è posta il problema in modo particolare nel 2016, quando alcuni gruppi di lavoro sono stati incaricati di elaborare nuove proposte. Ad affermarsi è stata l'idea di creare, più che un prodotto da "vendere" ai giovani, un punto d'incontro aperto, che permettesse a ragazze e ragazzi di essere coinvolti, partecipare al progetto, contribuire con i loro video e le loro idee. I giovani della Svizzera italiana si sono visti aprire materialmente le porte della RSI, hanno potuto instaurare un contatto diretto e quotidiano. Questo nuovo flusso creativo ha portato alla nascita di **SPAM**, un "canale per i giovani fatto dai giovani" che approfondisce tematiche legate al mondo giovanile e traduce per il pubblico di riferimento temi "complessi" in un linguaggio consono e accattivante. La redazione è composta da under 30 di formazioni e provenienze diverse, pronti ad ascoltare, valorizzare e dare spazio alle idee e alle iniziative lanciate dai loro giovani interlocutori. I risultati si vedono: la metà dei 12'000 follower di SPAM ha fra i 13 e i 25 anni. SPAM inoltre organizza eventi e incontri e collabora regolarmente con scuole e docenti.






### RAPPORTI CON LA SOCIETÀ




La RSI costituisce un partner importante per la società della Svizzera italiana, grazie anche a iniziative che vanno oltre l'offerta dei programmi e che contribuiscono a sostenere e dare visibilità a eventi e manifestazioni. Culturali, ma non solo.



Nel 2019 la RSI ha speso **3,8** milioni di franchi (impegno redazionale escluso) per sostenere la vita culturale nella Svizzera italiana.



Nel 2019 la RSI ha trasmesso e commentato **26** diverse discipline sportive, per un totale di **98.309** minuti di trasmissione in prima TV.



Tramite il *Pacte de l'audiovisuel* la RSI nel 2019 ha investito **3,1** milioni di franchi nella produzione di **57** documentari, film e cortometraggi.

### SOSTEGNO ALLA CULTURA

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. In particolare la RSI sostiene in misura importante *Estival Jazz*, *il Locarno Film Festival* e 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: *Premio Moebius*, *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 importante 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.



Nel 2019 i centri RSI di Besso e Comano hanno accolto complessivamente **164** classi di scuole primarie e secondarie. Le visite scolastiche hanno rappresentato il **54%** delle visite aziendali.



Nell'edizione 2019, destinata ad aiutare i bambini vittime di negligenza, violenza e abusi in famiglia, *Ogni centesimo conta*, maratona radiotelevisiva benefica della RSI andata in onda negli scorsi anni, ha raccolto nella Svizzera italiana **274'000** franchi.



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 (vedi anche pagina 36). Nel 2019 infine è nato **WeTube**, uno spazio aperto che 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 enti esterni che sono coinvolti anche a livello formativo.

## LA SOLIDARIETÀ

Le numerose azioni umanitarie promosse dalla **Catena della solidarietà**, il "braccio solidale" della SSR, 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 umanitari e 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.

La gestione delle risorse umane è uno dei settori in cui maggiormente prende corpo l'impegno dell'azienda nell'ambito della responsabilità sociale.

Garantire alle collaboratrici e collaboratori la possibilità di conciliare in modo ottimale lavoro e vita privata, porre un'attenzione particolare ai temi della diversità e dell'inclusione, affiancare le collaboratrici e i collaboratori nella cura della salute e tutelarne lo stato psicofisico anche attraverso un ambiente di lavoro sicuro, accompagnarli nel percorso di crescita personale e professionale grazie a misure di formazione individuale: in ognuno di questi ambiti la RSI adotta una serie di provvedimenti che ne fanno un datore di lavoro particolarmente attento alla qualità del rapporto con il proprio personale.

**Temi principali:**

- **CONCILIARE LAVORO E VITA PRIVATA**
- **DIVERSITÀ E INCLUSIONE**
- **LA PROTEZIONE DELLA SALUTE**
- **LA FORMAZIONE PROFESSIONALE**





- **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 FEDELITÀ 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



Nel 2019 l'asilo nido della RSI, in cui sono attive **6** operatrici, ha ospitato **27** bambine/i, figli di dipendenti dell'azienda ma anche di residenti a Comano e dintorni.

Nel 2019 erano **26** le collaboratrici e collaboratori RSI in home working. L'anno successivo, durante la pandemia, è passato al telelavoro il **60%** dei dipendenti.

## L'ASILO NIDO AZIENDALE

Il Nido d'infanzia "Oasi della gioia", aperto nel 2001 presso la sede RSI di Comano, mette a disposizione dei dipendenti (compatibilmente con le proprie disponibilità) un servizio particolarmente apprezzato per quanti devono conciliare lavoro e famiglia, e va incontro all'esigenza di favorire le scelte professionali e familiari di entrambi i genitori, in un quadro di pari opportunità. La struttura è aperta anche a famiglie esterne.

## LA FLESSIBILITÀ DEL LAVORO

### HOME-WORKING

La RSI offre la possibilità di effettuare parte del proprio lavoro in modalità smart working in luoghi alternativi al posto di lavoro, in accordo con il proprio superiore e compatibilmente con le esigenze del settore.

### ORARIO FLESSIBILE

L'orario flessibile consente di stabilire individualmente, in funzione del proprio ritmo di vita e nei limiti delle esigenze aziendali, l'inizio e la fine della giornata lavorativa. Una libertà che presuppone tuttavia un comportamento responsabile, leale e collegiale, e che favorisce l'instaurarsi di rapporti di fiducia.

### PART-TIME

La RSI è aperta, compatibilmente con le esigenze dei diversi settori, alla possibilità di concedere contratti di lavoro a tempo parziale a tutte le collaboratrici e a tutti i collaboratori, anche a quanti ricoprono posizioni di responsabilità.

## LE BUONE PRATICHE / RISORSE UMANE

## DIVERSITÀ E INCLUSIONE



**GRUPPO ANTENNA**  
Sensibilizzazione a tutti i livelli sul tema della disparità di genere e promozione di misure a favore delle pari opportunità e della conciliabilità lavoro-famiglia


**FAMILY SCORE**  
Indagine scientifica anonima, condotta da Pro Familia Svizzera - l'associazione mantello (ONP) delle organizzazioni per la famiglia e centro di competenza per la politica familiare in Svizzera - rivolta ai dipendenti di aziende, amministrazioni e istituzioni, atta a valutare le aspettative del personale in ambito di conciliabilità lavoro-famiglia.  
Assegnazione del label "Pro Familia Svizzera Family Score: Azienda amica delle famiglie"

**CORSI**  
Attività diverse a favore delle pari opportunità

**PROGETTI D'INCLUSIONE**  
Partecipazione a diversi progetti di reinserimento con le principali istituzioni presenti su territorio (AI, URC, Inclusione Andicap Ticino)

**PROGETTO LIFT**  
Collaborazione nell'offerta di 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





Nel 2019 Il Gruppo Antenna RSI ha effettuato **9** "interviste scomode" a capi dipartimento e quadri aziendali sul tema della pari opportunità in azienda.



Nel 2019 la RSI ha attivato:

**2** periodi di pratica professionale per giovani residenti appena diplomati / stage lavorativi (coll. URC)  
**1** stage di riorientamento professionale e/o bilancio delle competenze (coll. AI)  
**3** percorsi di reinserimento nel mondo del lavoro per persone al beneficio dell'assicurazione AI



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 le Risorse umane, 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).



## LE BUONE PRATICHE / RISORSE UMANE

## 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.
- **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).





La sicurezza sul lavoro e la tutela dell'ambiente sono parti integranti dei principi di sicurezza della SSR, che comprendono la prevenzione degli infortuni e la protezione e promozione della salute sul posto di lavoro. La RSI, sulla base di quanto previsto dal contratto collettivo di lavoro, si impegna nei confronti dei propri collaboratori a garantire la sicurezza e la protezione della salute sul posto di lavoro. A tal fine valuta sistematicamente i rischi e attua le misure necessarie. A farsi carico di queste attività è la Commissione Sanità e Sicurezza, composta di rappresentanti dei diversi settori dell'azienda, compreso il sindacato svizzero dei Mass Media (SSM). Essa stabilisce gli obiettivi globali a medio e lungo termine e 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

La RSI è attiva nella promozione della salute sia mediante attività pratiche, sia mediante campagne online sul portale intranet aziendale. Nella primavera 2019 è stata proposta una campagna di prevenzione contro gli infortuni da caduta, mirata all'utilizzo delle biciclette elettriche.

Nel corso del 2019 sono stati effettuati, con il supporto della Struttura di Pronto Soccorso interna, 641 controlli preventivi della pressione arteriosa (nel 2020 la pandemia ha impedito l'organizzazione di queste attività).

Le campagne online hanno trattato temi quali la protezione dell'udito nel periodo di carnevale, la prevenzione contro gli infortuni negli sport invernali e le vaccinazioni antinfluenzali. Si possono inoltre segnalare, benché non rientrino direttamente nell'ambito della promozione della salute, le due giornate di donazione di sangue organizzate nel 2019 presso le sedi RSI con la partecipazione del Servizio Trasfusionale CRS della Svizzera Italiana, cui hanno aderito 121 persone, e la struttura di pronto soccorso attiva presso la RSI, di cui fanno parte decine di collaboratrici e collaboratori, dotata di due defibrillatori e attivabile immediatamente grazie alle istruzioni diffuse in azienda.

## LE BUONE PRATICHE / RISORSE UMANE

## LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

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 formazione sviluppati secondo le esigenze specifiche delle specializzazioni interne all'azienda, ma anche singoli corsi di perfezionamento volti alla crescita e all'aggiornamento professionale costante del personale.

### PANORAMICA DELLA FORMAZIONE RSI

- **34'000 ORE** DI FORMAZIONE DI BASE
- **26'000 ORE** DI FORMAZIONE CONTINUA  
(3.3 GIORNI PER FTE, EQUIVALENTI A TEMPO PIENO)
- **10'400 ORE** DI CORSI INTERNI (286)
- **5'400 ORE** DI CORSI ESTERNI (134)
- **10'350 ORE** DI FORMAZIONE IN AFFIANCAMENTO





Nel 2019 la RSI ha formato:

- **11** apprendisti AFC (attestato federale di commercio)
- **6** studenti di indirizzo commerciale in stage professionali di 52 settimane
- **17** studenti universitari in stage di 2-4 mesi
- **8** praticanti in Academy (formazione di 24 mesi)

La RSI dispone di un'offerta strutturata per gli studenti in campo formativo. Gli allievi della scuola dell'obbligo partecipano periodicamente alle giornate di Porte Aperte organizzate in collaborazione con il Cantone Ticino e le scuole Medie. L'azienda è partner di eventi dedicati alla formazione – come **Espoprofessioni** e la **Giornata Nuovo Futuro** organizzata in collaborazione con il DECS - che offrono ai ragazzi indicazioni preziose per orientarsi nella scelta scolastica. Organizza stage di orientamento in collaborazione con gli orientatori professionali e partecipa al progetto Lift, che avvicina le scuole e le aziende per aiutare i giovani che potrebbero trovarsi in difficoltà nella ricerca di un posto di formazione professionale. Studenti e maturandi delle Scuole Medie hanno la possibilità di scegliere la RSI per gli stage obbligatori degli istituti scolastici e di partecipare alle giornate di introduzione. Per gli studenti di livello terziario l'azienda organizza stage brevi e stage universitari (2-4 mesi). I giovani diplomati e laureati che cominciano il praticantato presso la RSI beneficiano di un programma specifico strutturato «on & off the job», che alterna la pratica professionale a momenti di formazione e sperimentazione.

### La RSI ospita:

#### ■ **ACADEMY RSI**

Un percorso della durata di due anni volto a formare profili professionali, tecnici e giornalistici in grado di concepire e realizzare prodotti in linea con le nuove richieste del pubblico digitale. A conclusione del periodo di formazione con esito positivo e raggiungimento degli obiettivi, la RSI offre un contratto di lavoro. Attualmente tale percorso è legato ai ruoli di redattrici/ori multimediali, animatrici/ori, script, tecnico dell'audiovisivo

#### ■ **STAGE PROFESSIONALI**

di 52 settimane con indirizzo commerciale per l'ottenimento dell'Attestato federale di capacità (AFC)

#### ■ **APPRENDISTI AFC**

nei settori commercio, gestione di informazione e documentazione, Interactive Media Design, informatica, grafica, elettronica multimediale, pratica socioassistenziale

#### ■ **STAGE UNIVERSITARI** (da 2 a 4 mesi)



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
- Considerazione del calcolo LCC (Life Cycle Cost)
- Collaborazione con istituti regionali: scuole, fondazioni, enti cantonali, operatori culturali

### COLLABORAZIONI RISPETTOSE

- Codice etico RSI
- Codice di condotta per i fornitori
- Differenziazione tra produttore e rivenditore nella scelta dei fornitori
- Chiarezza e trasparenza nelle intenzioni
- Progetti di compensazione
- Formazione dei fornitori di prestazione
- Portale per le richieste d'offerta
- Esclusione di pratiche di dumping
- Richiesta ai fornitori di ritirare e smaltire imballaggi e vecchi apparecchi
- Divulgazione in RSI delle buone pratiche adottate dai fornitori

### ACQUISTI SOSTENIBILI

- 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



## 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. 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.



In linea con il programma SSR sulla Compliance, il «Codice di condotta per i fornitori della SRG SSR» sancisce il codice di condotta 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.





La flotta dei veicoli aziendali RSI è stata ridimensionata nel 2019 di sei unità: le auto sono passate da 40 a 34, con una diminuzione del **15%**.



## GESTIONE RESPONSABILE DEL PARCO VEICOLI

Tra il 2018 e il 2019 la RSI ha sostituito la propria flotta di veicoli scegliendo automobili meno inquinanti (emissioni CO<sub>2</sub> non superiori a 130 g/km, nel rispetto delle disposizioni federali) e con consumi medi moderati. La RSI è costantemente attenta all'evoluzione della tecnologia e non esclude in futuro di convertire la propria flotta su veicoli alimentati con energia verde.

In occasione dell'ultimo rinnovo del parco veicoli, un piano di ottimizzazione ha permesso di ridurre la flotta, con i relativi risparmi in carburante e manutenzione, e di apportare un miglioramento in termini di sicurezza dei collaboratori. Il piano di utilizzo della flotta aziendale è oggetto di un monitoraggio mensile, allo scopo di adeguarne costantemente le dimensioni all'uso effettivo. Queste scelte hanno permesso un risparmio ulteriore grazie al minor ricorso al noleggio di autoveicoli da una società partner. I veicoli inoltre sono stati acquistati in leasing, il che ha permesso alla RSI di suddividere i costi di ammortamento su più anni senza gravare sugli investimenti.



## LE BUONE PRATICHE

### L'AMBIENTE

Per un'azienda di dimensioni significative come la RSI l'attenzione all'impatto ambientale delle sue attività è una componente imprescindibile.

Sempre più la dimensione ecologica si è imposta 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 dei collaboratori 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.

#### Temi principali:

- **L'IMPATTO ENERGETICO**
- **BIODIVERSITÀ E RACCOLTA DIFFERENZIATA**
- **MOBILITÀ SOSTENIBILE**





### Pratiche in atto

- **AUMENTO DELL'EFFICIENZA ENERGETICA**  
Accordo fra la SSR e la Confederazione per migliorare del 10% in dieci anni l'efficienza energetica degli edifici
- 🔍 ■ **MONITORAGGIO DEI CONSUMI DI ENERGIA E DELL'ACQUA**  
Verifica regolare del consumo di energia elettrica e termica, gasolio per i generatori di emergenza, acqua potabile, acque chiare e della qualità dell'aria in studi e spazi interni
- **CERTIFICAZIONE ISO 14001 PER GLI EDIFICI**  
La certificazione ISO 14001 viene mantenuta dal 2018 ogni anno, con l'audit di uno specialista esterno
- **REGOLAZIONE AUTOMATIZZATA DELL'ILLUMINAZIONE**  
Progetto per estendere l'illuminazione automatizzata nell'intero centro RSI di Comano
- **REGOLAZIONE AUTOMATIZZATA DELL'IMPIANTO DI RAFFREDDAMENTO**  
Gestione in modalità automatica con sensori di temperatura per ottimizzare i consumi

### Pratiche allo studio

- **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
- 🔍 ■ **NUOVO IMPIANTO DI RISCALDAMENTO CON VETTORE RINNOVABILE**  
Progettazione di una nuova centrale di riscaldamento a cippato per il centro RSI di Comano
- **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

### L'IMPATTO ENERGETICO



Gli stabili RSI di Comano hanno un fabbisogno di energia termica annuale di circa **5MWh**, fabbisogno che potrà essere compensato quasi per intero da vettori rinnovabili quali cippato o pellets.

Il consumo energetico annuale del centro RSI di Comano ammonta a **6,6 milioni** di KWh, quello del centro di Besso a **1,2 milioni** di KWh, per un totale di **7,8 GWh/anno**.

### UN NUOVO IMPIANTO DI RISCALDAMENTO CON VETTORE RINNOVABILE

Il concetto energetico RSI/SSR favorisce per gli impianti di riscaldamento i vettori energetici rinnovabili. Dal 2018, dopo la dismissione della centrale a cippato, la RSI utilizza il gas metano quale fonte di energia termica. Resta però la volontà di passare in un prossimo futuro al rinnovabile: in questo senso è stato avviato un progetto di fattibilità, in particolare nella prospettiva del trasferimento a Comano dell'intera produzione RSI.

### 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 (Desigo CC di Siemens). 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.



### Pratiche in atto

- **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 E ECONOMIA (dal 2019)**  
Supervisione e supporto della certificazione Natura ed Economia anche per la gestione spontanea (due tagli annuali per fieno) del 30% delle aree esterne
- **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

### Pratiche allo studio

- **ECOCENTRO AZIENDALE**  
Progetto, avviato in collaborazione con SUPSI, per la gestione centralizzata dello smaltimento dei rifiuti aziendali

### BIODIVERSITÀ E RACCOLTA DIFFERENZIATA



Le aree esterne e verdi RSI di Comano contano un totale di **23'850** metri quadrati, **7'519** dei quali, pari al **31.5%**, hanno ricevuto il marchio di qualità per le superfici naturali dalla fondazione Natura ed Economia.



La RSI smaltisce annualmente circa **20** tonnellate di carta, un dato in continua diminuzione grazie alla digitalizzazione. Per il **71%** si tratta di carta riciclata. La centralizzazione dell'ecocentro mira a monitorare e rendere più efficiente anche lo smaltimento di tutti gli altri materiali, come batterie, apparecchi informatici, CD e DVD.

### CERTIFICAZIONE "NATURA & ECONOMIA"

Per la gestione ecologica degli spazi verdi la RSI è affiancata dalla Fondazione Natura & Economia, che promuove un approccio naturalistico all'organizzazione e al mantenimento degli spazi verdi in aziende, spazi immobiliari e scuole.

Il certificato di qualità rilasciato dalla Fondazione attesta l'impegno dell'azienda nella "pianificazione e realizzazione di areali in sintonia con la natura", ed è riconosciuto a livello nazionale.

### ECOCENTRO AZIENDALE CENTRALIZZATO

Centralizzare e ottimizzare lo smaltimento della totalità dei rifiuti del centro RSI di Comano, destinato a breve ad ospitare tutte le attività aziendali: questo l'obiettivo del progetto di un ecocentro centralizzato. Parallelamente, diversi sotto-progetti hanno come scopo un'importante diminuzione della produzione di rifiuti, grazie soprattutto al monitoraggio continuo e alla sensibilizzazione di collaboratrici e collaboratori.

### MOBILITÀ SOSTENIBILE



#### ■ RIDUZIONE DEL NUMERO DI VEICOLI

Incentivi alla mobilità sostenibile mediante campagne finalizzate all'utilizzo dei mezzi pubblici e della mobilità lenta

#### ■ RIDUZIONE DEI VIAGGI DI LAVORO

Uso di piattaforme digitali e ricorso regolare a audio e videoconferenze per limitare gli spostamenti

#### ➕ ■ PROMOZIONE DEL TRASPORTO PUBBLICO

Incentivi all'uso dei mezzi pubblici per la mobilità dei collaboratori anche per i viaggi di lavoro, con preferenza del treno rispetto all'aereo

#### ■ 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

Incentivo all'uso di veicoli elettrici grazie all'installazione di nuovi punti di ricarica e parcheggi dedicati

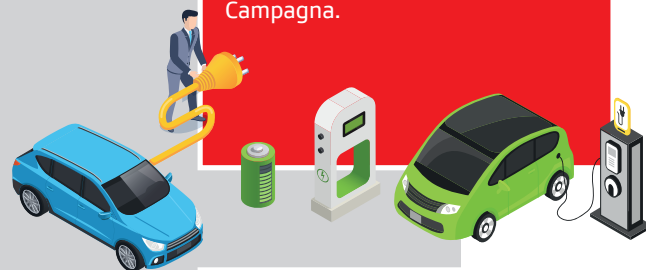
#### ■ FLOTTA AZIENDALE "LEGGERA"

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).

## MOBILITÀ SOSTENIBILE



Il centro RSI di Comano dispone dal 2020 di 5 stazioni di ricarica rapida per veicoli elettrici, per una potenza totale che supera 100 KW. La ricarica gratuita è a disposizione sia dei collaboratori RSI che degli ospiti del parcheggio Campagna.



Nel 2019 l'azienda ha contribuito al finanziamento di 95 abbonamenti Arcobaleno annuali per i propri dipendenti, assumendosi il 25% del costo, a cui va aggiunto un ulteriore contributo del 15% da parte della CTM. Ad essi si aggiungono, per la stagione fredda 2019/2020, 42 abbonamenti Arcobaleno mensili in prova, offerti ai collaboratori con uno sconto del 90%.



## 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.

## 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 Autopostale 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.

Il rapporto di sostenibilità non rappresenta solo un'analisi dell'impegno della RSI nell'ambito della sostenibilità, ma intende assumere anche il ruolo di documento di programmazione per quanto riguarda gli impegni futuri dell'azienda. L'analisi effettuata e rappresentata in questo documento ha permesso di identificare alcune aree di forza ma anche alcune criticità, e di individuare i settori nei quali è necessario migliorare le prestazioni.

Sono state quindi identificate alcune buone pratiche da mettere in atto in un prossimo futuro, destinate ad integrare quelle già implementate che verranno in ogni caso mantenute e, dove possibile, sviluppate.

Nella programmazione si dovrà anche tenere conto delle eventuali modifiche che le strategie aziendali potrebbero subire a causa della crisi pandemica e degli imprevedibili cambiamenti in atto.

### Gli sforzi si concentreranno, per il 2021, sui seguenti punti:

- Rafforzamento del tema della sostenibilità a livello di formazione e di programmazione
- Coinvolgimento dei fornitori nell'analisi del loro impatto di sostenibilità
- Studio di fattibilità per i progetti di impatto ambientale
- Miglioramento del clima di lavoro, con particolare riferimento alla salute, alla sicurezza e al rispetto delle collaboratrici e dei collaboratori
- Promozione dei processi di digitalizzazione
- Rafforzamento, fin dagli inizi del mandato del nuovo direttore, del dialogo e della collaborazione con gli stakeholder e attivazione di partenariati nell'ambito di iniziative puntuali
- Promozione di piattaforme di dialogo e confronto fra gli stakeholder esterni e il programma RSI, con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza reciproca e facilitare lo scambio di informazioni su temi specifici
- Miglioramento della metodologia di raccolta dei dati





### METODOLOGIA

Il Rapporto di sostenibilità 2019-2020 della RSI si inserisce nell'obiettivo di comunicare a tutti i suoi stakeholder in modo chiaro ed efficace le attività svolte e i risultati ottenuti.

In passato la RSI è stata una delle prime organizzazioni in Ticino ad utilizzare questo strumento di comunicazione.

L'edizione 2019 è stata realizzata seguendo i principi per il reporting di sostenibilità della *Global Reporting Initiative* (GRI) tenendo conto, quando applicabili, delle specifiche relative al settore dei media e della comunicazione e utilizzando solo alcuni standard selezionati, o parte del loro contenuto, per rendicontare informazioni specifiche (opzione *GRI-referenced-claim*).

Nella tabella è riportato l'elenco degli indicatori previsti dai *GRI Standards* e le pagine del documento nel quale sono rendicontati. Le informazioni verranno arricchite di anno in anno, cercando di coprire un numero via via più ampio ed esaustivo di indicatori, nell'ottica di una rendicontazione sempre più completa.

La redazione del Rapporto di sostenibilità è stato promossa dal Direttore e dal Comitato di Direzione della RSI.

L'attuale documento non è stato sottoposto ad asseverazione.

### PERIODO E PERIMETRO

I dati riportati nel seguente documento sono relativi agli anni 2019 e 2020. A causa della particolare situazione generata dalla pandemia COVID-19, alcuni dati del 2020 non sono comparabili con quelli dell'anno precedente, e per altri non è stato possibile effettuare la rilevazione. A causa dell'eccezionalità del 2020 si è scelto di evidenziare nelle sezioni "Buone pratiche" e "L'azienda" i dati relativi al 2019, maggiormente indicativi. Il perimetro del rapporto comprende le attività della Radiotelevisione svizzera di lingua italiana svolte presso le sedi operative di Besso e Comano. Si prevede un aggiornamento biennale dei dati.

### COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

La RSI è al centro di una intensa rete di contatti e collaborazioni sia a livello istituzionale che nella pratica quotidiana di produzione dell'offerta di programmi e contenuti.

L'attività di coinvolgimento degli stakeholder interni viene effettuata principalmente attraverso riunioni interne, intranet ed eventi. La partecipazione ad attività promosse da partner esterni può costituire un'occasione di condivisione anche per le collaboratrici e i collaboratori.

Per stakeholder esterni si intendono tutti gli interlocutori esterni all'organizzazione, quali autorità cantonali, associazioni di categoria, fornitori, organizzazioni sindacali, istituti formativi ecc. I rapporti dell'azienda con questi stakeholder sono consolidati e strutturati nel tempo, e sempre più, nella pianificazione delle attività future, il loro coinvolgimento sarà prioritario.

Per ulteriori informazioni è possibile rivolgersi a:

**Stefania Verzasconi**, responsabile Relazioni esterne  
([stefania.verzasconi@rsi.ch](mailto:stefania.verzasconi@rsi.ch))

**Doris Longoni**, responsabile Comunicazione  
([doris.longoni@rsi.ch](mailto:doris.longoni@rsi.ch))

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>GRI 100 - STANDARD UNIVERSALI</b>			
<b>GRI 102 - INFORMATIVA GENERALE</b>			
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
102-1	<b>Nome dell'organizzazione</b>	Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (RSI) / succursale della Società svizzera di radiotelevisione	Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (RSI) / succursale della Società svizzera di radiotelevisione
102-2	<b>Attività, marchi, prodotti e servizi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 canali TV</li> <li>• 3 reti radio</li> <li>• 1 sito internet</li> <li>• 6 app</li> </ul> Ore di produzione propria (totale): <b>12'545</b> Ore di produzione propria televisiva: <b>2'868</b> Ore di produzione propria radiofonica: <b>9'677</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 canali TV</li> <li>• 3 reti radio</li> <li>• 1 sito internet</li> <li>• 7 app</li> </ul> Ore di produzione propria (totale) = <b>12'988</b> Ore di produzione propria televisiva = <b>3'450</b> Ore di produzione propria radiofonica = <b>9'538</b>
102-3	<b>Luogo della sede principale</b>	Comano	Comano
102-4	<b>Luogo della attività</b>	<b>Sedi:</b> Comano e Lugano-Besso <b>Magazzini:</b> Bedano, Cadro Lamone	<b>Sedi:</b> Comano e Lugano-Besso <b>Magazzini:</b> Bedano, Cadro Lamone
102-5	<b>Proprietà e forma giuridica</b>	Associazione di Diritto privato con mandato di servizio pubblico, succursale della SRG SSR	Associazione di Diritto privato con mandato di servizio pubblico, succursale della SRG SSR
102-6	<b>Mercati serviti</b>	Svizzera italiana, italofoeni in Svizzera, italofoeni nel mondo	Svizzera italiana, italofoeni in Svizzera, italofoeni nel mondo
102-7	<b>Dimensioni dell'organizzazione</b>	Numero totale dei collaboratori: <b>1'142</b> Numero di collaboratori FTE: <b>1'006</b> Numero delle professioni diverse: <b>oltre 60</b> Budget annuale: <b>228 mio CHF</b> Indotto generato: <b>180 mio CHF</b>	Numero totale dei collaboratori: <b>1'123</b> Numero di collaboratori FTE: <b>993,6</b> Numero delle professioni diverse: <b>oltre 60</b> Budget annuale: <b>220 mio CHF</b> Indotto generato: <b>176,6 mio CHF</b>
102-8	<b>Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori</b>	Totale speso per prestazioni esterne (Service e Prestito di personale): <b>9'730'600 CHF</b> Totale ditte Service: <b>13</b> Totale ditte Prestito: <b>15</b>	Totale speso per prestazioni esterne (Service e Prestito di personale): <b>9'606'049 CHF</b> Totale ditte Service: <b>13</b> Totale ditte Prestito: <b>13</b>
	<b>Collaboratori per gender</b>	Uomini: <b>717</b> Donne: <b>425</b> <b>Totale: 1'142</b>	Uomini: <b>704</b> Donne: <b>419</b> <b>Totale: 1'123</b>
	<b>Collaboratori per fasce d'età</b>	20 - 29: <b>61</b> 30 - 39: <b>218</b> 40 - 49: <b>372</b> 50 - 59: <b>363</b> > 60: <b>119</b> Età media: 47.2 anni (escluso personale in formazione)	20 - 29: <b>59</b> 30 - 39: <b>200</b> 40 - 49: <b>356</b> 50 - 59: <b>375</b> > 60: <b>118</b> Età media: 47.6 anni (escluso personale in formazione)

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
	<b>Collaboratori in base all'anzianità di servizio (esclusi stage brevi)</b>	< 5 anni: <b>186</b> 5 - 10 anni: <b>246</b> 11 - 15 anni: <b>147</b> 16 - 20 anni: <b>143</b> 21 - 26 anni: <b>190</b> 27 - 33 anni: <b>142</b> 34 - 40: <b>60</b> > 40: <b>11</b>	< 5 anni: <b>185</b> 5 - 10 anni: <b>221</b> 11 - 15 anni: <b>155</b> 16 - 20 anni: <b>151</b> 21 - 26 anni: <b>191</b> 27 - 33 anni: <b>124</b> 34 - 40: <b>63</b> > 40: <b>17</b>
	<b>Collaboratori per titolo di studio</b>	AFC: <b>324</b> Maturità: <b>199</b> Formazione professionale superiore: <b>152</b> Università: <b>381</b> SUP: <b>47</b> Altre formazioni: <b>6</b> Senza formazione professionale: <b>7</b>	AFC: <b>303</b> Maturità: <b>181</b> Formazione professionale superiore: <b>163</b> Università: <b>387</b> SUP: <b>48</b> Altre formazioni: <b>3</b> Senza formazione professionale: <b>7</b>
	<b>Collaboratori per attività (dipartimento)</b>	Finanze e Amministrazione: <b>68</b> Programmi e Immagine: <b>182</b> Operazioni: <b>281</b> Sport: <b>51</b> Intrattenimento: <b>123</b> Cultura: <b>94</b> Informazione: <b>204</b>	Finanze e Amministrazione: <b>68</b> Programmi e Immagine: <b>174</b> Operazioni: <b>272</b> Sport: <b>52</b> Cultura e Società: <b>219</b> Informazione: <b>202</b>
	<b>Collaboratori per grado di occupazione (GDO) / collaboratori a tempo parziale</b>	Donne: <b>282</b> Uomini: <b>179</b> Totale: <b>40.4%</b> del personale	Donne: <b>281</b> Uomini: <b>174</b> Totale: <b>40.5%</b> del personale
	<b>Collaboratori per grado di occupazione (GDO) / collaboratori a tempo parziale per posizione professionale</b>	Donne a tempo pieno: <b>13%</b> Donne a tempo parziale: <b>25%</b> Uomini a tempo pieno: <b>47%</b> Uomini a tempo parziale: <b>16%</b> Totale RSI: <b>100%</b>  Donne a tempo pieno: <b>18%</b> Donne a tempo parziale: <b>4%</b> Uomini a tempo pieno: <b>77%</b> Uomini a tempo parziale: <b>1%</b> Totale Quadri RSI: <b>100%</b>	Donne a tempo pieno: <b>12%</b> Donne a tempo parziale: <b>25%</b> Uomini a tempo pieno: <b>47%</b> Uomini a tempo parziale: <b>16%</b> Totale RSI: <b>100%</b>  Donne a tempo pieno: <b>19%</b> Donne a tempo parziale: <b>4%</b> Uomini a tempo pieno: <b>76%</b> Uomini a tempo parziale: <b>1%</b> Totale Quadri RSI: <b>100%</b>
	<b>Collaboratori per nazionalità</b>	Svizzera: <b>91%</b> Domiciliati nella Svizzera italiana: <b>98%</b> Frontalieri: <b>2%</b>	Svizzera: <b>91%</b> Domiciliati nella Svizzera italiana: <b>97%</b> Frontalieri: <b>2%</b>
102-9	<b>Catena di fornitura</b>	Vedi pagine 37-40, 56	Vedi pagine 37-40, 56
102-12	<b>Iniziative esterne</b>	Vedi pagina 25-27	Vedi pagina 25-27
102-13	<b>Adesione ad associazioni</b>	Vedi pagina 51	Vedi pagina 51

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Strategia</b>			
102-14	<b>Dichiarazione di un alto dirigente</b>	Vedi pagina 3	Vedi pagina 3
<b>Etica e integrità</b>			
102-16	<b>Valori, principi, standard e norme di comportamento</b>	Vedi pagina 7	Vedi pagina 7
<b>Governance</b>			
102-18	<b>Struttura della Governance</b>	rsi.ch/chi-siamo	rsi.ch/chi-siamo
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
102-40	<b>Elenco dei gruppi di stakeholder</b>	Vedi pagina 16-19	Vedi pagina 16-19
102-41	<b>Accordi di contrattazione collettiva</b>	Contratto collettivo di lavoro	Contratto collettivo di lavoro
102-42	<b>Individuazione e selezione degli stakeholder</b>	Vedi pagine 15-19	Vedi pagine 15-19
102-43	<b>Modalità di coinvolgimento degli stakeholder</b>	Vedi pagina 18	Vedi pagina 18
<b>Pratiche di rendicontazione</b>			
102-45	<b>Soggetti inclusi nel bilancio consolidato</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-46	<b>Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-47	<b>Elenco dei temi materiali</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-48	<b>Revisione delle informazioni</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-49	<b>Modifiche nella rendicontazione</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-50	<b>Periodo di rendicontazione</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-51	<b>Data del report più recente</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-52	<b>Periodicità della rendicontazione</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-53	<b>Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-54	<b>Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-55	<b>Indice dei contenuti GRI</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49
102-56	<b>Assurance esterna</b>	Vedi pagina 49	Vedi pagina 49

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICHE</b>			
201-1	<b>Valore economico direttamente generato e distribuito</b>	Indotto generato: <b>180 mio CHF</b>	Indotto generato: <b>176,3 mio CHF</b>
201-3	<b>Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento</b>	Piano sociale o pensionamento naturale (Cassa Pensione SSR PKS)	Piano sociale SRG SSR Prepensionamento con incentivo Piani previdenziali Cassa pensioni SRG SSR
<b>GRI 203 - IMPATTI ECONOMICI DIRETTI</b>			
203-1	<b>Supporto ad attività culturali locali</b>	Vedi pagina 25	Vedi pagina 25
203-2	<b>Impatti economici indiretti significativi</b>	La presenza della RSI genera, oltre al proprio personale, <b>500</b> posti a tempo pieno nell'economia della Svizzera italiana (es. fornitori)	La presenza della RSI genera, oltre al proprio personale, <b>500</b> posti a tempo pieno nell'economia della Svizzera italiana (es. fornitori)
<b>GRI 204 - PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>			
204-1	<b>Proporzione di spesa verso fornitori locali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swissness: <b>70%</b> degli incarichi a ditte domiciliate in Svizzera (SRG SSR)</li> <li>• La RSI acquista beni e servizi da <b>1'558</b> fornitori svizzeri, <b>898</b> dei quali nella Svizzera italiana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swissness: <b>76%</b> degli acquisti effettuati presso ditte domiciliate in Svizzera</li> <li>• La RSI acquista beni e servizi da <b>1'520</b> fornitori svizzeri, <b>898</b> dei quali nella Svizzera italiana</li> </ul>
<b>GRI 300 - PERFORMANCE AMBIENTALI</b>			
<b>Materiali (301)</b>			
301-1	<b>Materiali utilizzati per peso o volume</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta totale: <b>20'896 kg</b></li> <li>• Carta riciclata: <b>14'850 kg</b> (71%)</li> <li>• Carta nuova certificata: <b>2'080 kg</b> (10%)</li> <li>• Carta nuova sbiancata: <b>3'966 kg</b> (19%)</li> <li>• Toner: viene considerato tra i rifiuti</li> <li>• Vernici: <b>58 kg</b></li> <li>• CD: <b>200 pz</b></li> <li>• DVD: <b>1'000 pz</b></li> <li>• Slim Case: <b>1'200 pz</b></li> <li>• Batterie non ricaricabili: <b>10'360 pz</b></li> <li>• Batterie ricaricabili: <b>60 pz</b></li> <li>• PC desktop: <b>133 pz</b></li> <li>• Schermi: <b>268 pz</b></li> <li>• Portatili e tablet: <b>1'000 pz</b></li> <li>• Stampanti: in leasing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta totale: <b>18'817 kg</b></li> <li>• Carta riciclata: <b>13'698 kg</b> (72.8%)</li> <li>• Carta nuova certificata: <b>1'152 kg</b> (6,1%)</li> <li>• Carta nuova sbiancata: <b>3'966 kg</b> (19%)</li> <li>• Toner: viene considerato tra i rifiuti</li> <li>• Vernici: <b>300 kg</b></li> <li>• CD: <b>50 pz</b></li> <li>• DVD: <b>500 pz</b></li> <li>• Slim Case: <b>550 pz</b></li> <li>• Batterie non ricaricabili: <b>6'010 pz</b></li> <li>• Batterie ricaricabili: <b>160 pz</b></li> <li>• PC desktop: <b>75 pz</b></li> <li>• Schermi: <b>130 pz</b></li> <li>• Portatili e tablet: <b>426 pz</b></li> <li>• Stampanti: in leasing</li> </ul>
301-2	<b>Materiali utilizzati che provengono da riciclo</b>	Carta riciclata: <b>71,1%</b>	Carta riciclata: <b>72,8%</b>

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Energia (302)</b>			
302-1	<b>Energia consumata all'interno dell'organizzazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOTALE ENERGIA CONSUMATA: <b>15'420'350 kWh</b> (55'513 GJ)</li> <li>• Energia elettrica totale: <b>7'965'982 kWh</b></li> <li>• Comano: <b>6'619'630 kWh</b></li> <li>• Besso: <b>1'258'352 kWh</b></li> <li>• Lamone 1 e 2, Cadro 1 e 2: <b>88'000 kWh</b></li> <li>• Energia termica totale: <b>6'995'415 kWh</b></li> <li>• Gas naturale: <b>6'927'234 kWh</b></li> <li>• Combustibili per generatori di emergenza (diesel): <b>68'181 kWh</b></li> <li>• Carburanti: <b>458'953 kWh</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOTALE ENERGIA CONSUMATA: <b>13'585'971 kWh</b> (48'909 GJ)</li> <li>• Energia elettrica totale: <b>7'664'189 kWh</b></li> <li>• Comano: <b>6'538'289 kWh</b></li> <li>• Besso: <b>1'032'900 kWh</b></li> <li>• Lamone 1 e 2, Cadro 1 e 2: <b>93'000 kWh</b></li> <li>• Energia termica totale: <b>5'569'165 kWh</b></li> <li>• Gas naturale: <b>5'459'194 kWh</b></li> <li>• Combustibili per generatori di emergenza (diesel): <b>109'971 kWh</b></li> <li>• Carburanti: <b>352'617 kWh</b></li> </ul>
302-3	<b>Intensità energetica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo di energia elettrica in relazione al numero di dipendenti (FTE): <b>7'918 kWh</b></li> <li>• Consumo di energia elettrica in relazione alle ore di produzione: <b>635 kWh</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo di energia elettrica in relazione al numero di dipendenti (FTE): <b>7'714 kWh</b></li> <li>• Consumo di energia elettrica in relazione alle ore di produzione: <b>590 kWh</b></li> </ul>
302-4	<b>Riduzione del consumo di energia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RIDUZIONE ENERGIA CONSUMATA TOTALE (rispetto al 2018): <b>+5.4%</b></li> <li>• Riduzione consumo energia elettrica: <b>-2.6%</b></li> <li>• Riduzione energia termica: <b>+17.4%</b></li> <li>• Riduzione carburanti: <b>-8.7%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RIDUZIONE ENERGIA CONSUMATA TOTALE (rispetto al 2019): <b>-11.9%</b></li> <li>• Riduzione consumo energia elettrica: <b>-3.8%</b></li> <li>• Riduzione energia termica: <b>-20.4%</b></li> <li>• Riduzione carburanti: <b>-23.2%</b></li> </ul>
<b>Acqua e scarichi idrici (303)</b>			
303-3	<b>Prelievo idrico</b>	Fornitura da fonti di acqua potabile, provenienti da falda e da sorgenti	Fornitura da fonti di acqua potabile, provenienti da falda e da sorgenti
303-4	<b>Scarico di acqua</b>	Totale effluenti: <b>15'502 m³</b>	Totale effluenti: <b>12'695 m³</b>
303-5	<b>Consumo di acqua</b>	Consumo totale dell'acqua: <b>15'802 m³</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besso: <b>5'958 m³</b></li> <li>• Comano: <b>9'844 m³</b></li> </ul>	Consumo totale dell'acqua: <b>12'995 m³</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besso: <b>4'433 m³</b></li> <li>• Comano: <b>8'562 m³</b></li> </ul>
<b>Biodiversità (304)</b>			
304-3	<b>Habitat protetti o ripristinati</b>	Certificazione Fondazione Natura ed Economia, in virtù della gestione naturalistica delle aree verdi.	

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Emissioni (305)</b>			
305-1	<b>Emissioni dirette di GHG (Scope 1)</b>	Emissioni dirette (Scope 1): <b>1'518 t CO2 eq</b>	Emissioni dirette (Scope 1): <b>1'210 t CO2 eq</b>
305-2	<b>Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)</b>	Emissioni indirette (Scope 2): <b>0</b>	Emissioni indirette (Scope 2): <b>0</b>
305-3	<b>Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)</b>	Altre emissioni indirette (Scope 3): <b>996 t CO2</b>	Altre emissioni indirette (Scope 3): <b>723 t CO2</b>
305-4	<b>Intensità delle emissioni di GHG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissioni di CO2 in relazione al numero di dipendenti (FTE): <b>2.50 t CO2 eq</b></li> <li>Emissioni di CO2 in relazione alle ore di produzione: <b>0.20 t CO2 eq/h</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissioni di CO2 in relazione al numero di dipendenti (FTE): <b>1.94 t CO2 eq</b></li> <li>Emissioni di CO2 in relazione alle ore di produzione: <b>0.15 t CO2 eq/h</b></li> </ul>
305-5	<b>Riduzione delle emissioni di GHG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RIDUZIONE EMISSIONI DI CO2 TOTALE (rispetto al 2018): <b>-53.3%</b></li> <li>Riduzione emissioni di CO2 dirette (Scope 1): <b>+46.4%</b></li> <li>Riduzione emissioni di CO2 indirette (Scope 2): <b>-100%</b></li> <li>Riduzione altre emissioni di CO2 indirette (Scope 3): <b>-38.0%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RIDUZIONE EMISSIONI DI CO2 TOTALE (rispetto al 2019): <b>-23.1%</b></li> <li>Riduzione emissioni di CO2 dirette (Scope 1): <b>-20.3%</b></li> <li>Riduzione emissioni di CO2 indirette (Scope 2): <b>-</b></li> <li>Riduzione altre emissioni di CO2 indirette (Scope 3): <b>-27.5%</b></li> </ul>
305-6	<b>Emissioni di sostanze dannose per ozono (ODS, "ozone-depleting substances")</b>	Non rilevante	Non rilevante
305-7	<b>Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissioni NOx: <b>735 kg</b></li> <li>Emissioni SOx: <b>12 kg</b></li> <li>Emissioni VOC: <b>199 kg</b></li> <li>Emissioni PM: <b>49 kg</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissioni NOx: <b>574 kg</b></li> <li>Emissioni SOx: <b>10 kg</b></li> <li>Emissioni VOC: <b>154 kg</b></li> <li>Emissioni PM: <b>38 kg</b></li> </ul>
<b>Rifiuti (306)</b>			
306-2	<b>Rifiuti per tipo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RIFIUTI TOTALE: <b>188'336 kg</b></li> <li>Rifiuti soliti urbani (RSU): <b>64'407 kg</b></li> <li>Carta: <b>37'469 kg</b></li> <li>Vetro: <b>2'879 kg</b></li> <li>Rottami/ferro: <b>440 kg</b></li> <li>Plastica (PET): <b>440 kg</b></li> <li>Legno: <b>11'640 kg</b></li> <li>Ingombranti: <b>33'101 kg</b></li> <li>Rifiuti vegetali: <b>30'575 kg</b></li> <li>Rottami IT: <b>6'967 kg</b></li> <li>Batterie: <b>260 kg</b></li> <li>Toner: <b>38 kg</b> (stima)</li> <li>Inerti: <b>120 kg</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RIFIUTI TOTALE: <b>138'904 kg</b></li> <li>Rifiuti soliti urbani (RSU): <b>65'540 kg</b></li> <li>Carta: <b>30'250 kg</b></li> <li>Vetro: <b>2'350 kg</b></li> <li>Rottami/ferro: <b>1'400 kg</b></li> <li>Plastica (PET): <b>210 kg</b></li> <li>Legno: <b>7'360 kg</b></li> <li>Ingombranti: <b>14'130 kg</b></li> <li>Rifiuti vegetali: <b>9'980 kg</b></li> <li>Rottami IT: <b>7'436 kg</b></li> <li>Batterie: <b>260 kg</b></li> <li>Toner: <b>248 kg</b> (stima)</li> <li>Inerti: <b>0 kg</b></li> </ul>
<b>Rifiuti (306)</b>			
306-2	<b>Metodo di smaltimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riciclaggio: <b>93'234 kg</b> (49,5%)</li> <li>Inceneritore: <b>64'407 kg</b> (34,2%)</li> <li>Discarica: <b>30'695 kg</b> (16,3%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riciclaggio: <b>63'384 kg</b> (45,6%)</li> <li>Inceneritore: <b>65'540 kg</b> (47,2%)</li> <li>Discarica: <b>9'980 kg</b> (7,2%)</li> </ul>

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Compliance ambientale (307)</b>			
307-1	<b>Non conformità con leggi e normative in materia ambientale</b>	Nessun caso di non-conformità	Nessun caso di non-conformità
<b>Valutazione ambientale dei fornitori (308)</b>			
308-1	<b>Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali</b>	Al momento non vi è alcuna valutazione dei fornitori secondo dei criteri ambientali	Al momento non vi è alcuna valutazione dei fornitori secondo dei criteri ambientali
308-2	<b>Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese</b>	Vedi pagina 39	Vedi pagina 39
<b>GRI 400 - PERFORMANCE SOCIALI</b>			
<b>Occupazione (401)</b>			
401-1	<b>Nuove assunzioni e turnover</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluttuazione lorda: <b>1.5</b></li> <li>• Fluttuazione netta: <b>0.9</b></li> <li>• Nuove assunzioni: <b>23</b> (esclusi contratti a termine)</li> <li>• Numero di uscite: <b>44</b> (uscite per dimissioni: 10, pensionamenti anticipati: 21)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluttuazione lorda: <b>0.8</b></li> <li>• Fluttuazione netta: <b>0.7</b></li> <li>• Nuove assunzioni: <b>12</b> (esclusi contratti a termine)</li> <li>• Numero di uscite: <b>40</b> (uscite per dimissioni: 8, pensionamenti anticipati: 20)</li> </ul>
401-3	<b>Congedo parentale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 settimana per le mamme (9 casi nel 2019)</li> <li>• 2 settimane per i papà (10 casi nel 2019)</li> <li>• Fino a 12 mesi di congedo non pagati</li> <li>• 20 giorni di congedo pagato per adozioni fino a 15 anni</li> <li>• Fino a 5 giorni per malattia figlio (per singolo caso)</li> </ul> => nell'ambito delle attuali trattative CCL 2021 queste condizion potrebbero ulteriormente migliorare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 settimana per le mamme</li> <li>• 4 settimane per i papà</li> <li>• Fino a 12 mesi di congedo non pagati</li> <li>• 20 giorni di congedo pagato per adozioni fino a 15 anni</li> <li>• Fino a 5 giorni per malattia figlio (per singolo caso)</li> </ul> => nell'ambito delle attuali trattative CCL 2021 queste condizion potrebbero ulteriormente migliorare
401-4	<b>Assenze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giorni di malattia: <b>7'417</b> (7.3 giorni/FTE)</li> <li>• Giorni di assenza per visita medica: <b>238</b> (0.2 giorni/FTE)</li> <li>• Giorni d'infortunio: <b>2'375</b> (1.2 giorni/FTE, 665 riferiti a 14 infortuni professionali)</li> <li>• Giorni di congedo pagato: <b>843</b> (giorni di congedo paternità: 100)</li> <li>• Giorni di congedo maternità: <b>546</b> (per 9 collaboratrici, 1.4 giorni/FTE, con riferimento alla popolazione femminile)</li> <li>• Giorni di congedo non pagato: <b>671</b> (post-maternità: 621, congedo sabbatico: 50), 0.6 giorni/FTE</li> <li>• Giorni per servizio militare, protezione civile e servizio civile: <b>435</b></li> <li>• Giorni di recuperi ore, conversioni e altre compensazioni: <b>4'304</b> (3.9 giorni/FTE)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giorni di malattia: <b>7'511</b> (7.6 giorni/FTE)</li> <li>• Giorni di assenza per visita medica: <b>186</b> (0.2 giorni/FTE)</li> <li>• Giorni d'infortunio: <b>1'324</b> (0.9 giorni/FTE, 122 riferiti a 7 infortuni professionali)</li> <li>• Giorni di congedo pagato: <b>825</b> (congedo paternità 167)</li> <li>• Giorni di congedo maternità: <b>1'561</b> (4.1 giorni /FTE, 16 collaboratrici)</li> <li>• Giorni di congedo non pagato: <b>1'073</b> (post-maternità: 945, congedo sabbatico: 128 ), 1.0 giorni/FTE</li> <li>• Giorni per servizio militare, protezione civile e servizio civile: <b>310</b></li> <li>• Giorni di recuperi ore, conversioni e altre compensazioni: <b>2'827</b> (2.6 giorni/FTE)</li> </ul>



N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Relazioni tra lavoratori e Management (402)</b>			
402-1	<b>Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi</b>	Definiti nel CCL SRG SSR. Termine di disdetta contrattuale 1, 2, 3 o 6 mesi	Definiti nel CCL SRG SSR. Termine di disdetta contrattuale 1, 2, 3 o 6 mesi
<b>Salute e sicurezza sul lavoro (403)</b>			
403-1	<b>Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro</b>	Il settore Immobili e Sicurezza RSI sorveglia e applica scrupolosamente le direttive in materia di salute e sicurezza sul lavoro (LAINF, LL, OLL 3 e 4, Ordinanza Prevenzione e Infortuni, Direttiva CFSL n. 6508). La RSI opera inoltre secondo il modello GSA.	Il settore Immobili e Sicurezza RSI sorveglia e applica scrupolosamente le direttive in materia di salute e sicurezza sul lavoro (LAINF, LL, OLL 3 e 4, Ordinanza Prevenzione e Infortuni, Direttiva CFSL n. 6508). La RSI opera inoltre secondo il modello GSA.
403-5	<b>Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro</b>	11 formazioni e 8 campagne della salute (divise fra antinfortunistica e salute).	25 formazioni e 1 convegno ASCE 2020
403-6	<b>Promozione della salute dei lavoratori</b>	Vedi pagina 33-34	Vedi pagina 33-34
403-9	<b>Infortuni sul lavoro</b>	Vedi pagina 33-34	Vedi pagina 33-34
403-10	<b>Malattie professionali</b>	Nessuna	Nessuna
<b>Formazione e istruzione (404)</b>			
403-10	<b>Ore medie di formazione annua per dipendente</b>	Media di giorni per ogni FTE: 3.3	CCL/CLP: 2.7 giorni/FTE - Quadri: 1.5 giorni/FTE
	<b>Ore formazione di base (personale in formazione: apprendisti, stage, accademia)</b>	<b>34'000</b>	<b>34'313</b>
	<b>Numero di praticanti (Accademia RSI, durata 2 anni)</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
	<b>Numero di apprendisti (con AFC)</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
	<b>Numero di posti di stage professionale (4-12 mesi)</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
	<b>Numero di posti di stage universitari (2-4 mesi)</b>	5 posti a tempo pieno all'anno 17 stage svolti	5 posti a tempo pieno all'anno 8 stage svolti
	<b>Ore formazione continua</b>	<b>26'000</b>	<b>25'200</b>
	<b>Numero di corsi interni</b>	286 (10'400 ore)	120 (22'900 ore)
	<b>Numero di corsi esterni</b>	134 (5'400)	60 (2'300 ore)
	<b>Ore di affiancamenti interni</b>	<b>10'350</b>	dato non disponibile
404-2	<b>Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione</b>	Catalogo formazioni SAP LSO	Catalogo formazioni SAP LSO Altamira Employees in fase di elaborazione
404-3	<b>Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>

N° indicatore	Nome indicatore	2019	2020
<b>Diversità e pari opportunità (405)</b>			
405-1	<b>Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti</b>	Quadri: <b>16</b> donne (22%) e <b>58</b> uomini Dipendenti: <b>409</b> donne e <b>659</b> uomini	Quadri: <b>18</b> donne (23%) e <b>61</b> uomini Dipendenti: <b>411</b> donne (39%) e <b>643</b> uomini
405-2	<b>Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini</b>	Gli uomini guadagnano mediamente 1.4% più delle donne	Gli uomini guadagnano mediamente 1.8% più delle donne
<b>Creazione dei contenuti (MS)</b>			
M2	<b>Metodologia per la valutazione e il monitoraggio dell'aderenza ai valori di creazione dei contenuti</b>	Vedi pagina 9	Vedi pagina 9
M3	<b>Azioni adottate per migliorare l'aderenza ai valori di creazione di contenuti e risultati ottenuti</b>	Vedi pagina 9	Vedi pagina 9
M4	<b>Azioni adottate per migliorare la performance in relazione ai problemi di diffusione dei contenuti (accessibilità e protezione del pubblico vulnerabile e processo decisionale basato sull'informazione) e risultati ottenuti</b>	Ogni giorno la RSI propone un'offerta variegata di programmi sottotitolati, in lingua dei segni e audio-descritti per permettere alle persone con disabilità sensoriale di accedere ai programmi televisivi. Il <b>65%</b> del tempo di antenna dei canali RSI è sottotitolato (dati 2019). L'obiettivo è raggiungere il 75-80% entro il 2022. Nel 2019 la RSI ha audio-descritto <b>168 ore</b> di programmi, di cui 16 ore di produzione propria, 69 ore d'acquisto in Prima TV e 83 ore in replica. Il <i>TG, Segni</i> e <i>il Giardino di Albert</i> , così come le allocuzioni delle Consigliere e dei Consiglieri federali, sono proposti in lingua dei segni. Questi servizi sono il frutto di un accordo nazionale tra la SSR e le associazioni dei disabili sensoriali, che verificano periodicamente il raggiungimento degli obiettivi e pianificano assieme le tappe successive.	Ogni giorno la RSI propone un'offerta variegata di programmi sottotitolati, in lingua dei segni e audio-descritti per permettere alle persone con disabilità sensoriale di accedere ai programmi televisivi. Il <b>67%</b> del tempo di antenna dei canali RSI è sottotitolato (dati 2020). L'obiettivo è raggiungere il 75-80% entro il 2022. Nel 2020 la RSI ha audio-descritto <b>205 ore</b> di programmi (film, documentari, serie nazionali) di cui 93 in prima visione. Il <i>TG, Segni</i> e <i>il Giardino di Albert</i> , così come le allocuzioni delle consigliere e dei consiglieri federali, sono proposti in lingua dei segni. Durante il 2020 la RSI ha coperto in LIS la maggior parte delle conferenze stampa legate all'emergenza <i>Coronavirus</i> del Consiglio Federale e dei governi ticinesi e grigionesi, con approfondimenti e commenti. Questi servizi sono il frutto di un accordo nazionale tra la SSR e le associazioni dei disabili sensoriali, che verificano periodicamente il raggiungimento degli obiettivi e pianificano assieme le tappe successive.
M5	<b>Numero e natura delle risposte (feedback/reclami) relative alla diffusione dei contenuti, compresa la protezione del pubblico vulnerabile, processo decisionale basato sull'informazione e l'accessibilità, e processi per affrontare tali risposte</b>	<b>22</b> ricorsi al Mediatore, di cui 18 respinti e 4 conciliati	<b>3</b> ricorsi all'Autorità indipendente di ricorso in materia radiotelevisiva (AIRR), di cui 1 accolto e 2 respinti
<b>Interazione con il pubblico (MS)</b>			
M6	<b>Metodi per interagire con il pubblico e i risultati</b>	Vedi pagine 11,15, 16,17,18 + Visite, Centralino, Focus Group, Social Media, Eventi, Trasmissioni ad hoc con coinvolgimento del pubblico.	Vedi pagine 11,15, 16,17,18 + Visite, Centralino, Focus Group, Social Media, Eventi, Trasmissioni ad hoc con coinvolgimento del pubblico.
<b>Alfabetizzazione mediatica</b>			
M7	<b>Azioni adottate per potenziare il pubblico attraverso lo sviluppo delle competenze di letteratura mediatica e i risultati ottenuti</b>	Trasmissioni, interventi nelle scuole, eventi, visite, workshop, wetube, iniziative specifiche per scuole secondarie.	Trasmissioni, interventi nelle scuole, eventi, visite, workshop, wetube, iniziative specifiche per scuole secondarie.

# L'AZIENDA



[Lettera del direttore](#)

[L'anno del Covid](#)

[La creazione di valore condiviso](#)

[La responsabilità sociale](#)

**[L'azienda](#)**

[SSR](#) [RSI](#) [Televisione](#) [Radio](#) [Offerta digitale](#) [Pubblicità alla RSI](#) [Contatti](#)



## FUNZIONAMENTO

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 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.

## ASSOCIAZIONE SSR

L'associazione SSR è composta da quattro membri:

1. **Cooperativa 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

## AZIENDA SSR

L'azienda SSR è la maggiore impresa svizzera di media elettronici (radio, tv, internet). Il suo mandato di servizio pubblico poggia sulla Costituzione federale, la legge sulla radiotelevisione e la concessione.

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, Technology and Production Center Switzerland AG (TPC) e Telvetia SA.

---

**SRF** Schweizer Radio und Fernsehen

---

**RTS** Radio Télévision Suisse

---

**RSI** Radiotelevisione svizzera di lingua italiana

---

**RTR** Radiotelevisiun Rumantscha

---

**SWI** swissinfo.ch

---

**SWISS TXT** Digital navigator

---

## MANDATO DI SERVIZIO PUBBLICO 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 CATENA DELLA SOLIDARIETÀ

La SSR, e dunque la RSI, affida le sue iniziative benefiche e umanitarie alla Catena della Solidarietà, di cui è fondatrice. Creata nel 1946 come trasmissione di Radio Lausanne, la Catena della Solidarietà è diventata nel 1983, per iniziativa della SSR, una fondazione umanitaria privata e indipendente. Essa risponde ai bisogni delle popolazioni colpite da catastrofi e crisi umanitarie all'estero e in Svizzera. Le attività di soccorso sono condotte da organizzazioni svizzere partner della fondazione. Nel 2019 la Catena della solidarietà ha sostenuto 234 progetti realizzati dalle ONG partner in 37 paesi, Svizzera compresa, permettendo di fornire aiuto concreto a 6 milioni di persone grazie a un contributo totale di 29,2 milioni. Nel corso dell'anno, fra donazioni e legati, la fondazione ha raccolto 34,7 milioni di franchi.

## COLLABORATRICI E COLLABORATORI SSR

5956 collaboratrici e collaboratori, equivalenti a 4885 posti a tempo pieno.

## OFFERTA SSR

La SSR è presente in tutta la Svizzera attraverso programmi radio e TV trasmessi nella quattro lingue nazionali. Un'ampia offerta è disponibile anche su internet e sui dispositivi mobili.

## FINANZIAMENTO DELLA SSR

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.

### Contributi del pubblico

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.

### Legge sulla radiotelevisione

Nel 2015 il popolo svizzero ha accettato la modifica della Legge Federale sulla Radio e la Televisione (LRTV). Il nuovo sistema di riscossione del canone per le economie domestiche e le imprese è stato introdotto il 1° gennaio 2019. La nuova legge prevede importanti novità rispetto al passato:

- **Tutte le economie domestiche** sono tenute a versare il canone
- **Riduzione del canone** per le economie domestiche: da 451 a 365 franchi (dal 2021: 335 franchi). La cifra è stata fissata dal Consiglio federale. Per le imprese, la tassa dipende dalla cifra d'affari.
- **Esonero delle piccole imprese** e delle 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 tariffa delle economie domestiche, cioè (dal 2021) 335 franchi. A partire dal 2021 anche le società semplici, non più considerate imprese, non sono assoggettate al canone.
- **Nuova ripartizione della cifra raccolta attraverso il canone:** dal luglio 2016, quando è entrata in vigore la revisione della LRTV, le radio e televisioni locali ricevono maggiori mezzi finanziari. La quota parte del canone ad esse destinata è salita dal 4 al 6%. La legge prevede anche un sostegno alla migrazione delle radio private verso la diffusione digitale (DAB+) e per la formazione e il perfezionamento dei professionisti dei media.
- **Esonero provvisorio:** le economie domestiche che non dispongono di apparecchi radio, televisione o di connessione internet saranno dispensate dal pagamento del canone per cinque anni.

## SOLIDARIETÀ TRA LE REGIONI

La SSR è l'unica azienda mediatica che produce contenuti audiovisivi nelle quattro regioni linguistiche e nelle quattro lingue nazionali. Grazie alla perequazione finanziaria, la SSR contribuisce in modo determinante alla coesione nazionale, alla comprensione reciproca e allo scambio fra le diverse regioni linguistiche. Così 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.

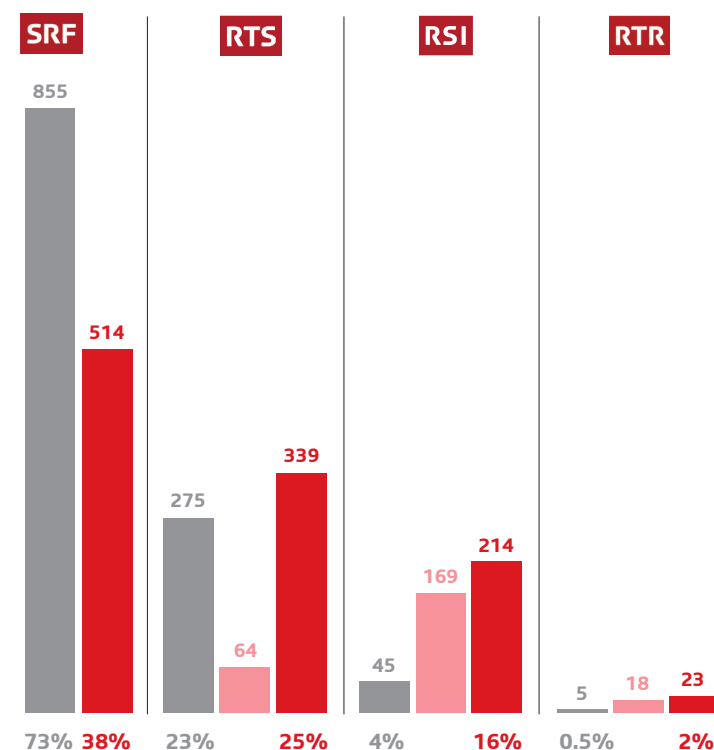
Gli **svizzeri italiani** generano con il canone e gli introiti commerciali il **4%** dei mezzi della SSR, e ne ricevono il **16%**.

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%**.

È grazie a questo finanziamento solidale che è possibile garantire un'equivalenza di prestazioni fra tutte le regioni linguistiche svizzere, produrre programmi, acquistare diritti e soprattutto resistere a una concorrenza internazionale dieci volte più potente. Va ricordato comunque che i residenti nella Svizzera italiana non sono gli unici italofoeni in Svizzera: questi ultimi sono il 7% della popolazione, e inoltre l'italiano è utilizzato come lingua franca da parte di numerosi residenti di altre lingue.

### Perequazione finanziaria degli introiti del canone radiotelevisivo (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

Le cifre in questa pagina sono calcolate secondo la chiave di riparto Helvezia+, che indica la percentuale delle risorse effettivamente attribuite a ciascuna unità aziendale SSR.

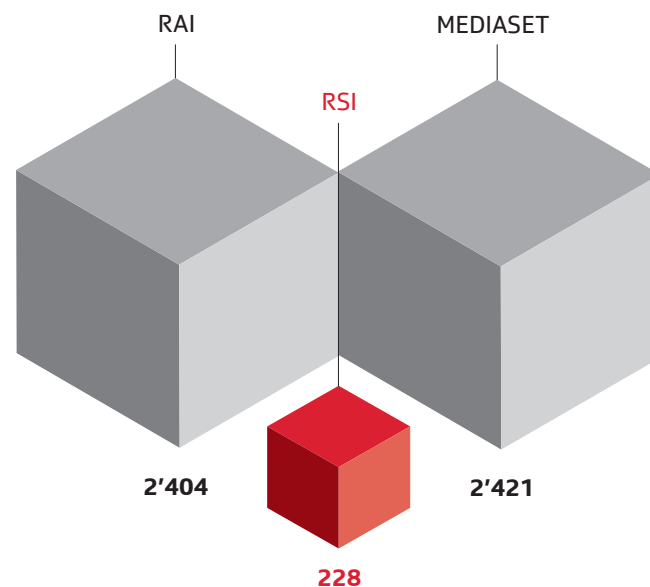
## OFFERTA RSI

La RSI produce e acquista programmi radiotelevisivi che diffonde sui suoi canali. La maggior parte di questi programmi è accessibile gratuitamente sul suo sito internet, le sue applicazioni mobili e su diverse piattaforme interattive:

- **2 canali TV**
- **3 reti radio**
- **1 sito internet**  
che offre diverse piattaforme tematiche  
(Informazione, Sport, Cultura, Scienza, Meteo)
- **6 app**

## BUDGET RSI

In mio CHF. (confronto con Rai e Mediaset)



## COLLABORATRICI E COLLABORATORI RSI

Ripartiti su oltre **60** professioni diverse (redattrici e redattori, cameraman/women, tecnici del suono, grafici e così via) i 1'142 collaboratori e collaboratrici della RSI occupano l'equivalente di 1006 posti a tempo pieno.

## SEDI E CORRISPONDENTI RSI

**Sedi:** gli studi RSI si trovano a Lugano-Besso e a Comano. Svizzera: corrispondenti RSI sono attivi a Ginevra, Berna, Zurigo e nella redazione di Coira per il Grigioni italiano e la Svizzera orientale. **Mondo:** L'apertura al mondo della RSI è garantita dai corrispondenti di Bruxelles, Roma e Washington, oltre che da una ventina di giornalisti indipendenti in tutto il mondo.

## MEZZI DI PRODUZIONE RSI

### Televisione:

**7** studi, **20** postazioni di pre-postproduzione, **6** regie, **2** regie di continuità, **3** unità mobili (TV, streaming e trasmissione via satellite), **10** squadre di ripresa, **1** atelier di realizzazione scenografie.

### Radio:

**4** studi d'emissione, **1** studio auditorio, **1** studio per conferenze e showcase, **7** studi audio, **5** unità mobili, **10** postazioni di montaggio. Uno studio dedicato per la Visual Radio entrerà in funzione nel corso del 2021.

## LA RSI E LA CULTURA

La RSI valorizza la diversità culturale svizzera e internazionale.

Nel 2019:

- Ha acquistato film, fiction, serie e documentari per **17,8 milioni**.
- Ha coprodotto **57** fra documentari, film e cortometraggi.
- Ha retribuito artisti e autori con **9 milioni** in diritti d'autore.
- Le reti radio RSI hanno registrato e trasmesso **236 concerti** nella Svizzera italiana.
- Ogni giorno i telespettatori hanno potuto guardare uno o più documentari sulle reti RSI, per un totale di **616 titoli**, repliche escluse.
- La RSI ha trattato oltre **7000** temi culturali sulle sue reti radio e TV e sui suoi vettori multimediali.
- La RSI ha trasmesso **1'296** ore di cultura e formazione in radio e 1'656 in TV.

La RSI completa la sua offerta grazie a un sito web interamente dedicato alla cultura. **RSI cultura** raggruppa contenuti radio, TV e web e valorizza gli attori culturali svizzeri.

## LA RSI E LO SPORT

Lo sport occupa un posto centrale nell'offerta audiovisiva di servizio pubblico perché riunisce le/gli appassionate/i di sport del nostro paese al di là delle frontiere linguistiche e culturali.

Nel 2019 la RSI ha proposto **2940** ore di emissioni sportive in TV, radio e su internet, repliche escluse.

La sua offerta comprende un centinaio di sport diversi, dall'hockey alla lotta, dal calcio a sci, tennis, ciclismo, motociclismo, ginnastica, pattinaggio artistico ecc.

È una programmazione specifica adattata alla Svizzera italiana, che poggia su tre pilastri:

- **Le atlete e gli atleti svizzeri di livello internazionale**
- **Le grandi manifestazioni sportive in Svizzera**
- **I grandi appuntamenti sportivi internazionali**

## L'IMPATTO ECONOMICO DELLA RSI

La RSI acquista beni e servizi da **1558** fornitori svizzeri, **898** dei quali nella Svizzera italiana. La presenza della RSI genera **500** posti a tempo pieno nell'economia della regione.



## OFFERTA



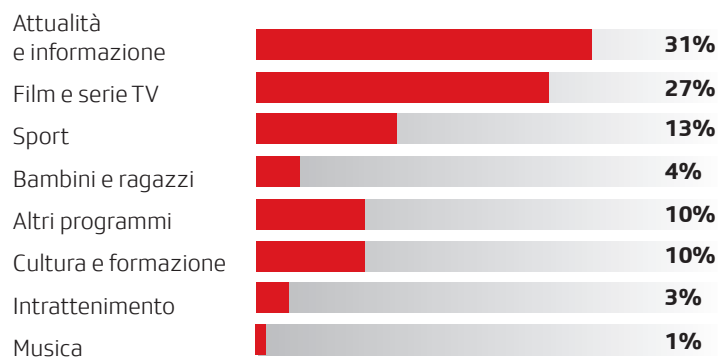
Rete generalista, trasmette appuntamenti di attualità, magazine di informazione, programmi di cultura e società, ma anche di intrattenimento e fiction, in particolare nelle ore di maggior ascolto.



LA 2 dedica uno spazio privilegiato alla programmazione sportiva, offre appuntamenti di approfondimento, fiction e documentaristica e propone in replica i principali programmi di informazione de LA 1. Per alcune ore al giorno lo schermo de LA 2 visualizza **RSIcast**, un aggregatore di contenuti che fornisce in una veste grafica di facile lettura notizie, informazioni e servizi diversi.

## ORE DI PROGRAMMAZIONE TV PER GENERE

La diversità dei programmi RSI permette di rinforzare l'identità svizzera attraverso **17'520** ore di programmi suddivisi in 8 generi diversi.

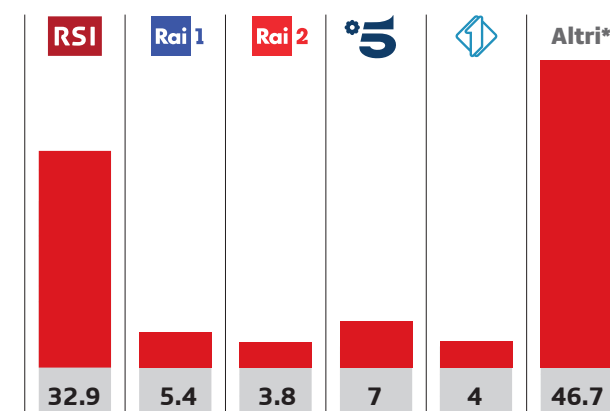


## INDICE D'ASCOLTO E CONCORRENZA

**248'000** persone guardano settimanalmente la televisione nella Svizzera italiana. RSI LA 1 è il canale più seguito; RSI LA 2 si piazza in quarta posizione dopo le reti maggiori di RAI e Mediaset. Insieme, totalizzano **165'000** contatti quotidiani nella regione (il **66,5%** del pubblico del Canton Ticino e del Grigioni italiano). A livello nazionale per i canali RSI si aggiungono **43'000** contatti.

Con il **32,9%** di share fra le 18 e le 23, la RSI mantiene la sua posizione di leader sul mercato svizzero italiano resistendo ad una concorrenza internazionale che negli ultimi anni si è arricchita fino a comprendere circa ottanta stazioni TV in lingua italiana, oltre che diverse centinaia da tutto il mondo.

% della Quota di mercato (QdM) - 18h - 23h



\* **Altri canali:** include le restanti reti italian, le reti private svizzere e le altre reti della SSR  
Fonte: Mediapulse TV Data (Instar Analytics)

## LA TELEVISIONE

### SOTTOTITOLAZIONE E AUDIO-DESCRIZIONE

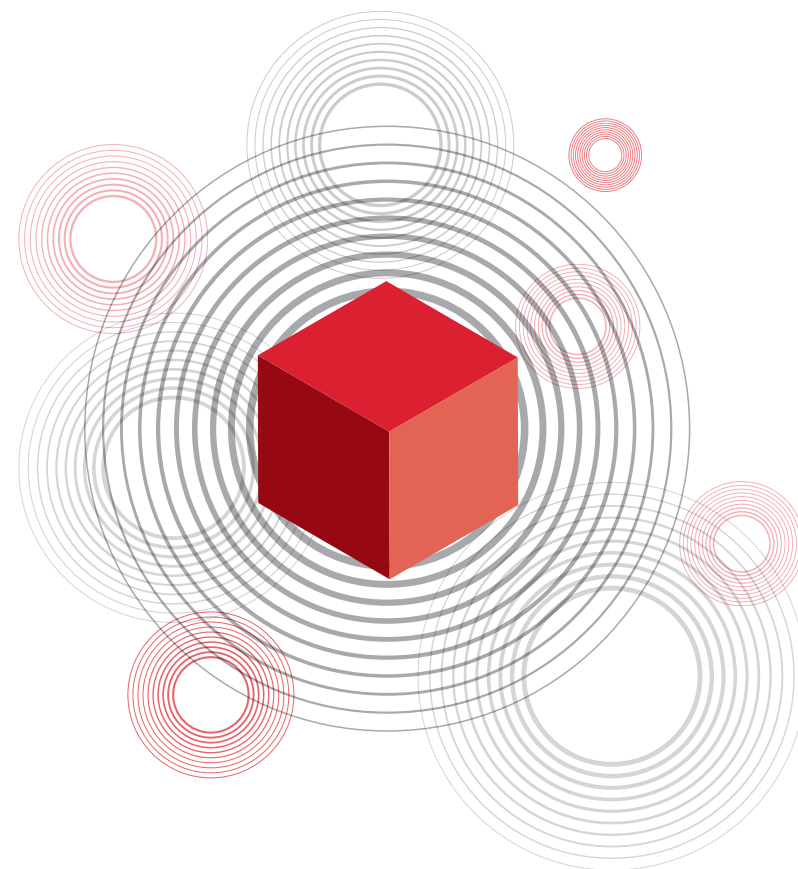
Ogni giorno la RSI propone un'offerta variegata di programmi sottotitolati, in lingua dei segni e audio-descritti per permettere alle persone con disabilità sensoriale di accedere ai programmi televisivi. Il **65%** del tempo di antenna dei canali RSI è sottotitolato (dati 2019). L'obiettivo è raggiungere il 75-80% entro il 2022.

Nel 2019 la RSI ha audio-descritto **168** ore di programmi, di cui **16** ore di produzione propria, 69 ore d'acquisto in prima TV e **83** ore in replica.

Il *Telegiornale*, *Segni* e il *Giardino di Albert*, così come le allocuzioni delle consigliere e dei consiglieri federali, sono proposti in lingua dei segni. Questi servizi sono il frutto di un accordo nazionale tra la SSR e le associazioni dei disabili sensoriali, che verificano periodicamente il raggiungimento degli obiettivi e pianificano assieme le tappe successive.

### RICEZIONE DEI PROGRAMMI TV

Grazie ai diversi tipi di trasmissione (satellite, internet, streaming, IPTV e HbbTV) il pubblico RSI può disporre di differenti possibilità di ricezione televisiva. Sono tutte presentate su **broadcast.ch**.



## OFFERTA

Una rete **generalista**, una rete **culturale**, una rete **giovanile**.

### RSI RETE UNO

I programmi generalisti di **Rete Uno** sono incentrati sull'informazione, i temi socio-culturali per il grande pubblico, l'intrattenimento e le offerte di servizio.

Rete Uno è la rete più ascoltata nella Svizzera italiana e ha un seguito importante anche fra gli italofoeni oltre San Gottardo.

### RSI RETE DUE

Rete culturale e musicale, **Rete Due** offre un programma dedicato principalmente alla musica classica, al jazz, alle musiche del mondo e alla cultura nella sua accezione più ampia: dall'arte alla letteratura, dal cinema a filosofia, arti sceniche, scienza e tecnologia.

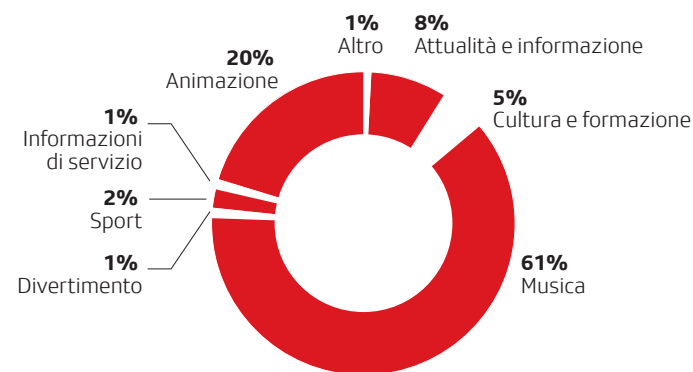
### RSI RETE TRE

Radio prevalentemente musicale, **Rete Tre** si distingue per la libertà di tono, l'originalità e l'humour.

Propone trasmissioni che trattano di attualità e di cultura contemporanea, di nuove tecnologie e di temi di società.

## ORE DI PROGRAMMAZIONE PER GENERE

Con le sue tre reti radio la RSI offre annualmente **26'280** ore di programmi diversi così da rivolgersi a tutte le componenti del pubblico.



## AUDIENZE E CONCORRENZA

**268'200** persone ascoltano tutti i giorni la radio nella Svizzera italiana.

**175'000** ascoltatori hanno un contatto quotidiano con almeno una delle reti radio della RSI (e cioè il **65%** degli ascoltatori del Canton Ticino e del Grigioni italiano).

La RSI è il principale attore del mercato radiofonico della Svizzera italiana, con una quota di mercato del **56,5%**. Su scala nazionale, la SSR totalizza il **61,4%** della quota di mercato contro il 33,7% delle radio private svizzere e il 4,8% delle emittenti estere.

## RICEZIONE DEI PROGRAMMI RADIO

Grazie ai diversi tipi di trasmissione - DAB+, satellitare, internet, via cavo e (ancora per un anno o due) OUC/FM - il pubblico RSI può disporre di differenti possibilità di ricezione radio.

Sono tutte presentate su **broadcast.ch**.

In caso di necessità, un Helpdesk è raggiungibile dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 18.30: per telefono allo 0848 88 44 22 o per e-mail all'indirizzo [helpdesk@broadcast.ch](mailto:helpdesk@broadcast.ch).

### I MEDIA TRADIZIONALI IN DIGITALE: UN'OFFERTA PER TUTTE LE GENERAZIONI

Il sito internet, le app e le presenze sui social della RSI permettono di accedere in ogni momento e gratuitamente all'insieme dell'offerta digitale RSI.

Un'esperienza personalizzata e adattata alle nuove abitudini, con programmi in diretta, audio e video on demand e contenuti esclusivi.

### PLAY RSI

Il sito **RSI.ch/play** offre on demand una parte consistente dei contenuti RSI, sia radio che tv, e dà la possibilità di rivedere fiction e documentari d'acquisto nei 7 giorni successivi alla messa in onda. Questa possibilità è offerta anche dai set top-box e dalla HbbTV.

### PLAY SUISSE

Lanciata dalla SSR nel novembre 2020, la piattaforma **Play Suisse** riunisce la produzione audiovisiva delle diverse regioni linguistiche e le mette a disposizione del pubblico, on demand, in modo che ognuno possa guardare film, serie tv e documentari nella propria lingua, sulla smart TV o sui dispositivi mobili. La piattaforma nazionale di streaming comprende già in fase di lancio circa 1000 titoli, disponibili con sottotitoli o doppiaggio in tutte le lingue nazionali

### APP

La RSI propone diverse applicazioni per Android, iPhone e iPad:



**RSI News:** segue l'attualità in Svizzera e nel mondo e ripropone gli appuntamenti RSI con l'informazione.



**RSI Sport:** gli avvenimenti nazionali e internazionali in diretta, le trasmissioni sportive, l'attualità, i risultati delle gare.



**Play RSI:** permette di accedere all'offerta della RSI e di rivedere o riascoltare i programmi di tutte le reti radio e tv.



**RSI.ch mobile:** offre una selezione dell'offerta della RSI: live radio, meteo, informazioni sul traffico, palinsesti radio e tv, trasmissioni in streaming, e permette di accedere a tutte le app RSI.



**Zerovero:** il gioco più intrigante e seguito in tv in una versione mobile. Una sfida quotidiana per legare serie di parole tra loro e formare la catena vincente.



**App del Peo:** per rivedere i programmi per bambini, cantare il karaoke, leggere un libro interattivo o una fiaba in musica. Ma anche per inviare storie o disegni al cane blu più famoso della nostra tv.

## L'OFFERTA DIGITALE

### SOCIAL RSI

La RSI incoraggia i suoi ascoltatori e telespettatori a seguire l'attualità dei suoi programmi interagendo sulle sue pagine social. Nel 2019 la RSI ha registrato **51** milioni di visualizzazioni e una media di **11'500** interazioni giornaliere con il suo pubblico sui social, cioè 8 interazioni al minuto.



#### Facebook

**3,2** milioni di interazioni\* sull'insieme delle pagine RSI (Radiotelevisione Svizzera, RSI News, RSI Sport, RSI Teche, Falò, Showcase RSI, ecc.)



#### Twitter

**53'000** interazioni\* @RSIonéone, @RSInews, @NouvoRSI, @RSISport, ecc.



#### Instagram

**881'000** interazioni\* #rsionline, #rsispam, #rsinews, #nouvoit, #rsiflex, #rsisport, ecc.



#### Youtube

**37'000** interazioni\* RSI Radiotelevisione svizzera

*\*Interazioni:* reazioni, commenti e condivisioni di contenuti RSI su Facebook, Twitter, Instagram e Youtube nel corso dell'anno.

### AUDIO-VIDEO ON DEMAND

Sul sito **RSI.ch**, le app e i social media i prodotti RSI nel 2019 sono stati guardati e ascoltati **64,9** milioni di volte: più del doppio rispetto all'anno precedente.

### TV INTERATTIVA

I televisori compatibili con HbbTV (Smart TV) e connessi a internet permettono di accedere on demand agli ultimi notiziari, alle trasmissioni sportive e a numerosi programmi RSI. Senza connessione internet, questo servizio dà accesso a un Teletext arricchito.

### VISITE WEB

Nel 2019 l'offerta RSI su web e app ha generato oltre **30** milioni di visite, con una media mensile di **432'000** utenti unici.

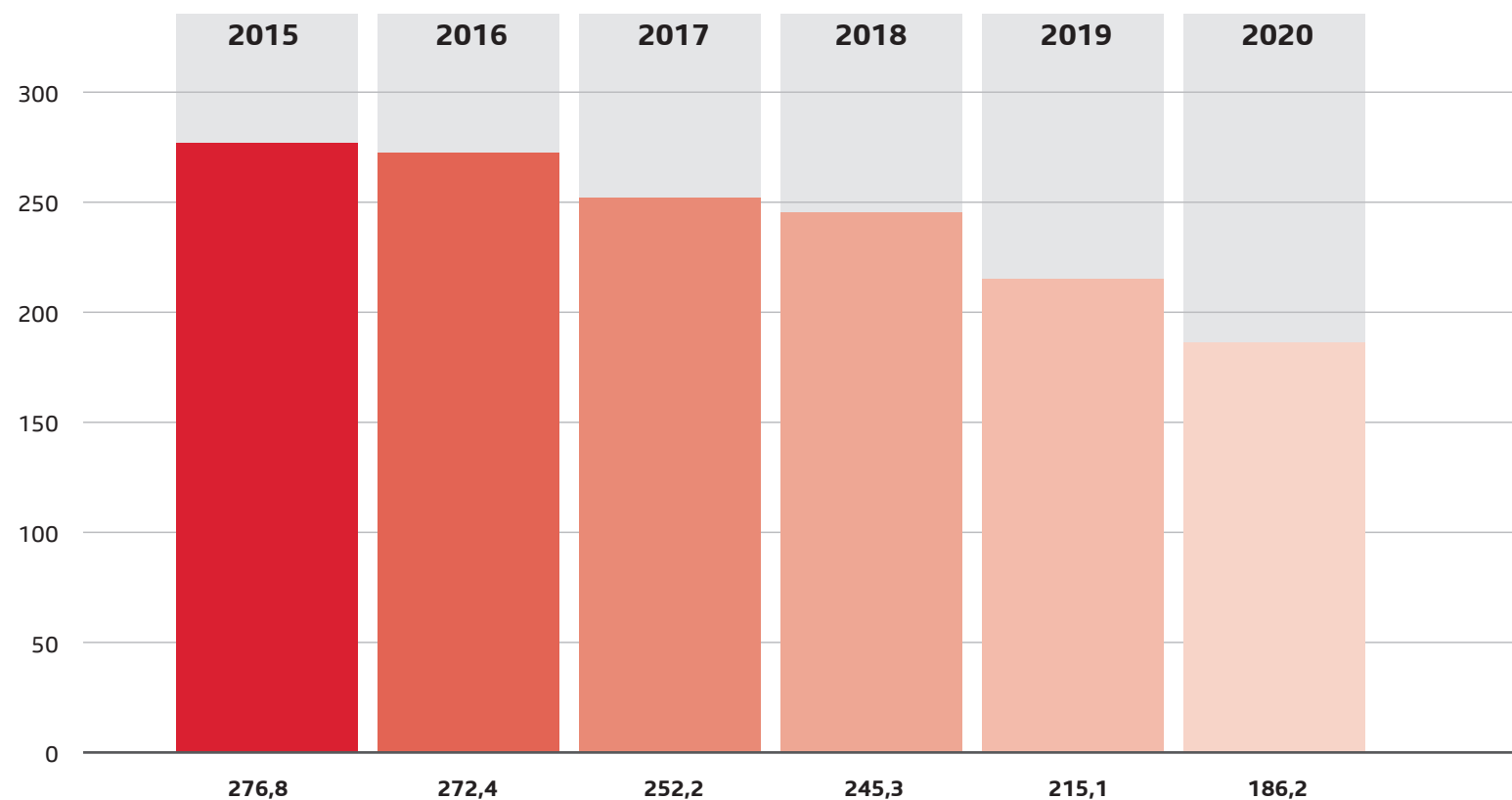


## L'OFFERTA PUBBLICITARIA SU LA 1 E LA 2

L'offerta pubblicitaria RSI è gestita dalla società Admeira. Grazie a una tecnologia di punta, associata a competenze in materia di dati e di commercializzazione, Admeira permette di offrire agli inserzionisti una risposta all'evoluzione digitale e ai suoi effetti sul mercato pubblicitario svizzero. Di concerto con le unità aziendali della SSR, Admeira propone formule pubblicitarie innovative e una soluzione elvetica per far fronte alla concorrenza dei colossi mediatici esteri.

Le sue prestazioni sono aperte a tutte le agenzie pubblicitarie e a tutti gli operatori del settore advertising. Admeira commercializza la pubblicità della RSI, grazie ai suoi 100 collaboratori a Lugano, Ginevra, Losanna, Zurigo e Berna. La gestione dello sponsoring invece, a partire dall'aprile del 2020, è affidato direttamente alle singole unità aziendali SSR.

### Introiti pubblicitari netti delle reti SSR (Mio CHF)



## CONTATTI

Ulteriori informazioni sull'azienda e le attività RSI sono disponibili su [rsi.ch/chi-siamo](https://www.rsi.ch/chi-siamo)

Tutti i programmi RSI sono disponibili su [rsi.ch/programmi](https://www.rsi.ch/programmi)

Se volete esprimere fattivamente il vostro parere sui programmi RSI potreste diventare membro della CORSI [corsi-rsi.ch/diventa-socio](https://www.corsi-rsi.ch/diventa-socio)

Se volete scoprire il dietro le quinte degli studi radio e TV, venite a trovarci: tutte le informazioni sono all'indirizzo [rsi.ch/visite](https://www.rsi.ch/visite)

Per l'acquisto di tutti i prodotti RSI in vendita al pubblico (homevideo, CD, pubblicazioni, gadget) [rsi.ch/boutique](https://www.rsi.ch/boutique)

### Indirizzo postale

RSI - Radiotelevisione svizzera di lingua italiana  
Via Cureglia 38, 6949 Comano  
T +41 (0) 91 803 51 11  
F +41 (0) 91 803 53 55  
e-mail: [info@rsi.ch](mailto:info@rsi.ch).

### Studi RSI di Comano

via Cureglia, 6949 Comano

### Studi RSI di Besso

via Canevascini, 6903 Lugano Besso



## **Rapporto di sostenibilità RSI**

### **Capo progetto del gruppo di lavoro RSI**

Giuseppe Gallucci

### **Consulenza SUPSI**

Jenny Assi e Caterina Carletti - DEASS

Nerio Cereghetti e Nikolett Kovacs - DACD

### **Coordinamento**

Davide Barca e Daniele Vacalli

### **Redazione**

Nico Tanzi

### **Art director**

Gianni Bardelli

### **Progetto grafico e impaginazione**

Claudio Egli

Copyright 2021

RSI Radiotelevisione svizzera

Scuola universitaria professionale  
della Svizzera italiana

**SUPSI**



**Radiotelevisione  
svizzera**