

## LA SRG SSR NELL'ERA DIGITALE

**La SSR ha rielaborato la propria Strategia aziendale. La tecnologia e il comportamento degli utenti stanno vivendo trasformazioni rapidissime. In questa svolta radicale per i mass media è più che mai importante seguire una strategia chiara.**

Per la prima volta, accanto agli obiettivi prettamente economici, la SSR ha fissato anche gli orientamenti per sviluppare la sua offerta alla Radio, alla Televisione e nell'online.

### La versione rielaborata della Strategia aziendale SSR

- **conferma** i valori del servizio pubblico;
- **riafferma** che l'offerta audiovisiva costituisce il core business e lo scopo aziendale della SSR;
- **stabilisce** gli obiettivi strategici della SSR;
- **definisce** i grandi orientamenti per sviluppare l'offerta;
- **pone** le priorità per sfruttare le risorse in modo sempre più efficace;
- **ribadisce** l'apertura della SSR a collaborare con le aziende mediatiche, laddove vi sia l'interesse reciproco a farlo.

In un contesto nuovo come quello odierno, l'azienda SSR deve convincere sia come radiotelevisione (broadcast), sia come operatrice multimediale (broadband). Spettatori e ascoltatori, infatti, hanno cambiato abitudini e comportamenti; grazie a internet sono in molti a non seguire gli orari prestabiliti della programmazione, scegliendo invece di fruire dell'offerta audio e video quando ne hanno voglia, secondo le loro preferenze. La SSR ha il dovere di anticipare i desideri degli abbonati.

### Più produzioni originali svizzere, per essere ancora più vicini al pubblico

La SSR persegue la strategia di raggiungere gli utenti con una inconfondibile offerta di servizio pubblico laddove essi si trovano, vale a dire alla radio, alla televisione e su internet. La SSR intende:

- **augmentare** il numero di produzioni originali svizzere;
- **augmentare** il numero di cronache in diretta che sono la pietra angolare delle reti radio-tv;
- **sviluppare** rapidamente la «Smart-TV» (detta anche televisione ibrida), dando la priorità allo standard europeo «HbbTV» e al «Second Screen»;
- **identificare** con anticipo le nuove tendenze sociali e adeguare la programmazione radio-tv;
- **raggiungere** ancora meglio il pubblico mobile in città e in campagna;
- **servire** in modo ancora più mirato il pubblico giovanile;
- **mantenere** l'età media degli ascoltatori e degli spettatori, nonostante l'invecchiamento della popolazione.

Il Comitato direttivo ha elaborato la Strategia aziendale in stretta collaborazione con il Consiglio d'amministrazione SRG SSR che l'ha approvata in ottobre. La Strategia verrà perseguita nell'arco dei prossimi cinque anni e aggiornata laddove necessario.