

Monitoring dell'offerta RSI

Obiettivi

La verifica è uno degli strumenti cardine del processo qualitativo che si esprime attraverso diversi controlli esterni ed interni a tutti i livelli dell'azienda. Le richieste minime relative ai controlli sono descritte all'interno del "Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR", un processo qualitativo e permanente che risponde direttamente alla Concessione rilasciata alla SSR e segnatamente all'articolo 4 sulle *Esigenze relative alla qualità dell'offerta e garanzia della qualità*.

I diversi controlli avvengono quotidianamente e puntualmente nelle Redazioni, nei Settori e nei Dipartimenti, dove risiedono le competenze e le responsabilità contenutistiche e formali dei programmi RSI.

Il Monitoring dell'offerta RSI, istituito nel 2010, rappresenta un tassello complementare e non sostituisce alcuna misura di controllo preesistente. Organizzato dal settore *Segretariato generale* dello Stato maggiore *Sviluppo aziendale*, si prefigge di istituire un'analisi annuale uniforme ai tre media (TV, RADIO, WEB) interna ed esterna. L'obiettivo è di verificare da una parte la conformità dei prodotti RSI con i principi segnalati nell'articolo 4 della Concessione (*rilevanza, professionalità, indipendenza, varietà, accessibilità*), dall'altra favorire un costante miglioramento dell'offerta nel rispetto delle norme SSR.

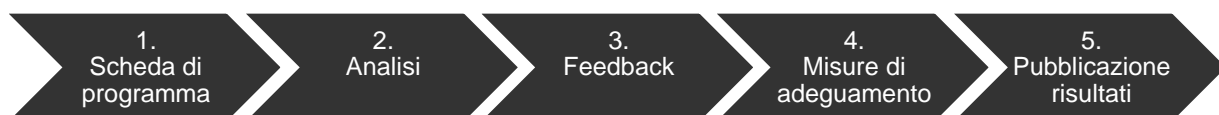
Oltre al controllo dei contenuti e degli aspetti formali, il Monitoring dell'offerta RSI si propone di ribadire la cultura della verifica e del feedback, e di favorire lo scambio interdipartimentale di opinioni.

Il processo di Monitoring

Sono generalmente otto i programmi esaminati annualmente. La scelta è prerogativa dei Dipartimenti e comunicata al Comitato direttivo RSI e alla Corsi (Consiglio del Pubblico).

Fino al 2016 i prodotti esaminati si concentravano nelle settimane antecedenti la metà di febbraio. Dal 2017 invece le settimane d'esame sono pianificate nell'autunno dell'anno precedente per una consegna dei risultati nella primavera dell'anno corrente.

Si svolge essenzialmente in cinque tappe:



1. Scheda di programma

L'aderenza dell'offerta al proprio mandato è un punto essenziale della verifica, ogni prodotto viene dunque opportunamente confrontato con la "Scheda di programma", un documento interno di cui sono dotate tutte le offerte RSI. Essa definisce obiettivi, target, linea editoriale, drammaturgia e procedure di verifica utilizzate dalla redazione nell'ambito del lavoro di tutti i giorni.

2. Analisi

Ciascuna analisi è composta da più parti:

- analisi interna;
- analisi esterna;
- analisi interna a indirizzo formale per i programmi TV;
- valutazione della PERFORMANCE QUANTITATIVA;
- appendice eventuale sull'OFFERTA WEB.

Per la configurazione della metodologia dell'analisi interna è stato favorito un approccio "extradipartimentale", tramite il coinvolgimento di redattrici/redattori e produttrici/produttori dei tre Dipartimenti di programma RSI (*Informazione, Cultura e Società, Sport*). Ogni offerta è scandagliata da un gruppo di otto valutatrici e valutatori. Chiamati a visionare/ascoltare/navigare la totalità del materiale richiesto (5/7 edizioni per i programmi a cadenza giornaliera, 4 edizioni per quelli settimanali) e a leggere le linee guida contenute nella scheda di programma, sono responsabili di una prima valutazione individuale di una serie di criteri volti a verificare l'impatto complessivo dell'offerta, l'aderenza del programma ai cinque principi qualitativi espressi nella Concessione (*rilevanza, professionalità, indipendenza, varietà, accessibilità*), l'opportunità di alcuni suoi ingredienti e la qualità sonora per i programmi radio. È richiesta pure l'esposizione di osservazioni libere e puntuali su quanto visto o ascoltato.

All'analisi individuale segue una discussione di gruppo di tre ore moderata dal settore *Segretariato generale*, settore che si occupa pure della stesura di un resoconto sulle opinioni comuni e soluzioni condivise emerse nel gruppo.

I criteri sono per quanto possibile trasversali ai tre media, con variazioni imposte e dettate dalla specificità del singolo medium o dal genere di programma. La scala di valutazione è costituita da tre passi: da rivedere imperativamente, da migliorare, da mantenere.

La verifica esterna è demandata a un esperto esterno riconosciuto per ogni medium. La metodologia d'analisi ricalca quella precedente (lettura della scheda di programma, visionamento/ascolto/navigazione dell'offerta, valutazione tramite formulario con criteri definiti e formulazione di osservazioni puntuali), eccezion fatta per la griglia di valutazione, circoscritta unicamente all'impatto complessivo dell'offerta, comune a quella del gruppo interno.

Per i programmi TV alle prime due valutazioni si aggiunge l'analisi interna degli aspetti formali da parte di un profilo super esperto, in genere un regista RSI con esperienza pluriennale. La metodologia è sempre la stessa (lettura della scheda di programma, visionamento, valutazione tramite formulario con criteri definiti e formulazione di osservazioni puntuali), eccezion fatta nuovamente per i criteri di verifica. Alla valutazione sull'impatto complessivo dell'offerta comune alle due analisi precedenti si aggiunge un focus sulle scelte e la realizzazione formale.

Il completo catalogo di criteri sondati dalle tre analisi è riportato in coda al presente documento (pagina 8).

A complemento delle analisi professionali sono segnalati i dati di performance quantitativa. Il riscontro di pubblico e le tendenze in atto sono delineati tramite l'osservazione degli indici d'ascolto radio e tv, del traffico e del consumo delle offerte online.

Per i programmi lineari che si esprimono con un'appendice forte sulla rete, sono commissionate a un esperto professionale esterno riconosciuto le analisi sull'offerta online.

3. Feedback

In osservanza dei principi di feedback segnalati dal "Sistema di garanzia della qualità dell'offerta SSR", i risultati emersi dalle valutazioni sono consegnati alla Direzione, ai Capi Dipartimento e ai Responsabili delle testate esaminate. Sono inoltre condotti degli incontri cui partecipano la *Direzione*, lo Stato maggiore *Sviluppo aziendale*, i valutatori esterni una o un rappresentante del gruppo interno, i delegati della *Regia TV* e del *Coordinamento RADIO* e Capo Dipartimento e Responsabili di settore e testata. Lo scambio professionale permette di approfondire le criticità e individuare infine i margini di miglioramento.

La condivisione dei risultati alla redazione è di competenza della linea, vale a dire della o del Responsabile di testata in primo luogo o delle/dei Responsabili di settore e/o Dipartimento.

4. Misure di adeguamento

All'acquisizione delle valutazioni del Monitoring, i Capi Dipartimento e le/i Responsabili delle offerte esaminate concordano congiuntamente degli obiettivi e, a seguire, delle proposte di adeguamento negli ambiti di loro competenza (linea editoriale, procedure di verifica interne alla redazione, concetto audio e video, estensione web, risorse umane, formazione ecc.) all'interno del formulario "Misure di adeguamento". La Direzione Programmi verifica le misure proposte.

In autunno un secondo formulario – "Valutazione di raggiungimento delle misure di adeguamento" – riassume gli obiettivi fissati e verifica l'implementazione avvenuta delle misure di adeguamento definite in precedenza.

5. Pubblicazione dei risultati e degli adeguamenti

I risultati principali del Monitoring interno così come le misure introdotte in risposta alle criticità emerse sono integrati nel "Rapporto di gestione SRG SSR" pubblicato in tedesco e in francese all'indirizzo <http://www.srgssr.ch/de/publikationen/geschaeftsbericht/>.

Le pagine "Qualità" di ciascuna unità aziendale sono accompagnate dai resoconti dei lavori dei Consigli del Pubblico delle Società cooperative regionali (CORSI per la RSI). Il Consiglio del Pubblico della CORSI è infatti puntualmente informato sui programmi presi in esame ed effettua contemporaneamente una propria verifica indipendente.

Le offerte monitorate dal 2010 a oggi

2019 (autunno 2018)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Cronache della Svizzera italiana	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	18.00	7	2h 50'
RSI News (sito, app, social)	WEB	rsi.ch/news	Lu-Do	Cont.	7 giorni	3h 30'
Domani è un altro giorno	RADIO	Rete Due	Ve	11.00	4	4h 20'
Canale Cultura	WEB	rsi.ch/cultura	Lu-Do	Cont.	7 giorni	2h 20'
Via col venti	TV	RSI LA 1	Lu-Ve	20.40	5	2h 20'
Baobab	RADIO	Rete Tre	Lu-Ve	16.00	5	5h 20'
SPAM	WEB	Fb/Insta	Lu-Do	Cont.	7 giorni	1h 45'
Afterhockey + Sport e musica	RADIO	Rete Uno	Irregolare	irr.	4 + 1	5h 00'
Il gioco del mondo	TV	RSI LA 1	Do	19.15	4	2h 20'
Totale ore esaminate						29h 35'

2018 (autunno 2017, estate 2017 per *Alta fedeltà, una vita da cani*)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Info Notte	TV	RSI LA 1	Lu-Do	23.00	8	1h 50'
Radiogiornali 7.00 e 8.00	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	7.00, 8.00	10	2h 10'
Modem	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	8.20	5	2h 55'
Superalbum	TV	RSI LA 2	Sa	20.40	4	7h 20'
Reteduecinque	RADIO	Rete Due	Lu-Ve	13.45	4	13h 00'
Alta fedeltà, una vita da cani	TV	RSI LA 1	Ve	21.05	4	5h 00'
Gustando	RADIO	Rete Uno	Sa	14.00	4	8h 00'
Studio Europa League	TV	RSI LA 2	Gi	18.30	4	8h 20'
Totale ore esaminate						48h 35'

2017 (autunno 2016)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Tempi moderni	TV	RSI LA 1	Ve	22.20	4	2h 00'
Radiogiornale 18.30	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	18.30	7	2h 10'
Paganini	TV	RSI LA 1	Do	10.30	4	8h 00'
Finestra aperta 17.00	RADIO	Rete Due	Lu-Ve	17.00	5	7h 30'
Voci dipinte	RADIO	Rete Due	Do	10.30	4	4h 00'
#CELAPOSSOFARE	TV	RSI LA 2	Lu	20.10	4	3h 00'
Tutorial	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	09.00	5	10h 00'
Studio Champions League	TV	RSI LA 2	Ma-Me	20.20	4	8h 10'
Totale ore esaminate						44h 50'

2016 (febbraio)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Albachiara	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	06.00	5	10h 00'
Grigioni sera	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	19.00	5	35'
Il giardino di Albert TV	TV	RSI LA 1	Do	18.10	4	3h 20'
Il giardino di Albert RADIO	RADIO	Rete Due	Sa	18.00	4	2h 00'
Ridotto dell'opera	RADIO	Rete Due	Sa	13.30	4	4h 00'
Cuochi d'artificio	TV	RSI LA 1	Lu-Ve	16.55	5	5h 00'
Millevoci	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	11.05	5	4h 35'
Sport Web	WEB	rsi.ch/sport	Lu-Do	Cont.	7 giorni	3h 20'
Totale ore esaminate						32h 50'

2015 (febbraio e novembre-dicembre 2015 per Sport non stop)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Il Quotidiano	TV	RSI LA 1	Lu-Do	19.00	7	3h 45'
Turné	TV	RSI LA 1	Sa	19.10	4	2h 20'
News Web	WEB	rsi.ch/new	Lu-Do	Cont.	7 giorni	2h 30'
Geronimo	RADIO	Rete Due	Lu-Gi	11.35	4	1h 40'
Black Jack	TV	RSI LA 1	Lu-Ve	20.40	5	2h 05'
Diritti e Rovesci	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	9.05	5	4h 35'
Sport non stop	TV	RSI LA 2	Do	13.30	4	10h 25'
Totale ore esaminate						27h 20'

2014 (febbraio)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Telegiornale sera	TV	RSI LA 1	Lu-Do	20.00	5	2h 20'
Notiziari	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	Ogni ora	95	4h 45'
Storie	TV	RSI LA 1	Do	20.40	4	4h 40'
Babilonia	RADIO	Rete Due	Do	15.35	4	4h 00'
Linea Rossa TV	TV	RSI LA 2	Do	22.40	4	2h 40'
Linea Rossa RADIO	RADIO	Rete Tre	Me	17.15	4	1h 55'
Ventidisport TV/WEB	TV	RSI LA 2	Lu	20.30	4	1h 20'
Ventidisport RADIO	RADIO	Rete Uno	Lu	20.30	4	1h 20'
Totale ore esaminate						23h 00'

2013 (febbraio)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Falò	TV	RSI LA 1	Gi	21.05	4	5h 20'
Modem	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	08.30	5	2h 30'
Paganini	TV	RSI LA 1	Do	10.30	4	8h 00'
Moby Dick	RADIO	Rete Due	Sa	10.00	4	8h 00'
Colazione con Peo	TV	RSI LA 1	Sa-Do	08.00	4	8h 00'
Radiopeo	RADIO	Rete Uno	Lu,Gi	19.10	4	1h 20'
La domenica sportiva	TV	RSI LA 2	Do	19.30	4	1h 20'
Rete Uno Sport	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	vari	20	2h 00'
Totale ore esaminate						36h 30'

2012 (marzo)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Patti chiari	TV	RSI LA 1	Ve	21.05	4	4h 40'
Meteo principale	TV	RSI LA 1	Lu-Do	20.40	5	20'
Cronache della Svizzera italiana	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	18.00	5	2h 05'
Superalbum	TV	RSI LA 2	Sa	21.00	4	6h 00'
Sabato pian piano	RADIO	Rete Due	Sa	17.00	4	2h 00'
S-Quot	TV	RSI LA 1	Me	13.10	4	4h 00'
Radio S-Quot	RADIO	Rete Tre	Me	20.00	4	3h 00'
Studio Champions League	TV	RSI LA 2	Ma-Me	20.30	4	5h 00'
Sport e musica	RADIO	Rete Uno	irregolare	19.45	3	6h 45'
Totale ore esaminate						33h 50'

2011 (ottobre)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Il Quotidiano	TV	RSI LA 1	Lu-Do	19.00	5	2h 30'
Radiogiornale 12.30	RADIO	Rete Uno	Lu-Do	12.30	5	2h 05'
Info web	WEB	info.rsi.ch	Lu-Do	Cont.	5 giorni	2h 30'
Cult TV	TV	RSI LA 1	Do	22.00	4	1h 40'
Foglio volante 18.00	RADIO	Rete Due	Lu-Ve	18.00	5	1h 40'
Piattoforte	TV	RSI LA 1	Lu-Ve	17.10	5	3h 55'
Le consulenze	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	12.55	5	2h 55'
Rete Uno Sport Magazine	RADIO	Rete Uno	Do	13.00	4	2h 00'
Totale ore esaminate						19h 05'

2010 (ottobre)

Programma	Medium	Canale	Giorno diffusione	Orario	Edizioni monitorate	Ore monitorate
Telegiornale sera	TV	RSI LA 1	Lu-Do	20.00	5	2h 30'
Il giardino di Albert	TV	RSI LA 1	Do	18.10	4	3h 08'
Millevoci	RADIO	Rete Uno	Lu-Ve	11.00	5	4h 35'
Baobab	RADIO	Rete Tre	Lu-Ve	17.00	5	5h 00'
Sport web	WEB	sport.rsi.ch	Lu-Do	Cont.	5 giorni	5h 00'
Totale ore esaminate						20h 13'

IMPATTO COMPLESSIVO DELL'OFFERTA

	DA RIVEDERE IMPERATIVAMENTE	DA MIGLIORARE	DA MANTENERE	non applicabile
FORMAT				
Appeal				
Capacità di fidelizzazione				
Originalità e valore innovativo				
Carattere distintivo rispetto alla concorrenza				
Carattere distintivo nell'ambito dell'offerta RSI				
Tenuta del format/dell'offerta a lungo termine				
Completezza e portata dell'offerta				
Ricchezza emozionale (tensione, sorpresa, autenticità)				
Coerenza tematica e stilistica tra i diversi contenuti/vettori				
Coerenza tematica e stilistica nel corso di una puntata/giornata				
Coerenza tematica e stilistica tra puntate/giorni				
Durata				
Ritmo				
Tenuta di interesse nel corso di una puntata/giornata, efficacia drammaturgica				
Tenuta di interesse di un singolo contenuto, efficacia drammaturgica (testi e contenuti audio e video)				
Capacità di comunicare con il pubblico (accessibilità, empatia e capacità di generare attenzione)				
Partecipazione del pubblico e interattività				
Impatto complessivo sito				
Impatto complessivo Facebook				
Impatto complessivo Instagram				
Impatto complessivo Twitter				
Impatto complessivo APP				
REALIZZAZIONE				
Impatto visivo				
Impatto audio				
Coerenza concetto visuale e/o audio con contenuti				
Qualità video				
Qualità audio (livelli audio, sonorizzazione, gestione delle linee telefoniche e dei doppiaggi)				
Assemblaggio complessivo				
Gestione degli snodi				
Impatto visivo complessivo (stile, grafica, efficacia)				
Riconoscibilità del brand xy sui diversi canali				
Coerenza concetto visuale con contenuti				
Qualità video inserti (qualità tecnica, fotografia, montaggio, grafica)				
Qualità audio inserti (livelli audio, sonorizzazione, gestione dei doppiaggi)				
Durata e ritmo (dei contenuti video o audio)				
Qualità testi e/o post (scrittura, stile, efficacia)				

MULTIMEDIALITÀ				
Valore aggiunto delle estensioni online <i>(o dell'offerta su più vettori per web)</i>				
Complementarietà e coerenza tra le varie declinazioni/offerte				
Rilanci/Autopromozione tra le varie declinazioni/offerte				

ADESIONE AI PRINCIPI DELLA CONCESSIONE

RILEVANZA				
Valore dell'offerta in relazione al mandato di Servizio pubblico				
Capacità di stimolare riflessione, dibattito, formare opinioni				
Capacità di stimolare evasione o l'immaginario				
Contributo alla coesione nazionale (comprensione reciproca tra regioni, culture e comunità del paese)				
Contributo alla formazione e al sapere				
Scelta dei contenuti (rilevanza)				
Legame con l'attualità				
Chiarezza e completezza della scheda di programma/prodotto				
Aderenza complessiva alla scheda di programma/prodotto				
INDIPENDENZA				
Imparzialità e indipendenza percepite				
Produzione propria e ricerca				
VARIETÀ				
Scelta dei contenuti (varietà, equilibrio, attrattività) <i>(o delle domande per giochi e quiz)</i>				
Scelta degli ospiti in studio e/o intervistati dei contributi registrati (varietà, equilibrio) <i>(o dei concorrenti per quiz o giochi)</i>				
Varietà territoriale				
Attenzione alle sensibilità				
Rappresentazione adeguata dei sessi				
Valorizzazione delle diversità e delle minoranze				
PROFESSIONALITÀ				
Attendibilità/affidabilità percepita				
Veridicità e correttezza dei contenuti <i>(o domande e risposte per quiz o giochi)</i>				
Tempestività				
Contestualizzazione dei contenuti <i>(o formulazione delle domande per giochi e quiz)</i>				
Trattamento dei contenuti (approfondimento e completezza) <i>(o delle risposte per giochi e quiz)</i>				
Pluralismo ed equilibrio delle opinioni				
Rispetto della dignità degli ospiti e degli intervistati <i>(o dei concorrenti per quiz o giochi)</i>				
Distinzione dei fatti dalle opinioni				
Efficacia comunicativa (comprensibilità e appeal)				
Approfondimento tramite correlate e link (quantità, varietà, pertinenza)				
Procedure di verifica segnalate nella scheda di programma/prodotto				
ACCESSIBILITÀ				
Coerenza e accessibilità contenuti con gli obiettivi e il target previsti <i>(o domande per giochi e quiz)</i>				
Coerenza della modalità comunicativa rispetto ai contenuti e al target				

SINGOLI INGREDIENTI

CONDUZIONE				
Competenza e autorevolezza				
Chiarezza del ruolo <i>(o dei ruoli in caso di conduzione multipla)</i>				
Efficacia comunicativa				
Gestione degli elementi del programma (ospiti, pubblico, snodi, impaginazione, ...)				
Empatia				
OSPITI E/O INTERVISTATI CONTRIBUTI REGISTRATI (O CASTING CONCORRENTI)				
Competenza e autorevolezza <i>(o competenza per il livello di difficoltà delle domande)</i>				
Efficacia comunicativa				
DIALOGO CON IL PUBBLICO				
Partecipazione del pubblico e interattività				
Ruolo e opportunità dell'eventuale pubblico in studio (o in location)				
SPECIFICITÀ SITO				
Coerenza dell'offerta con il target del vettore				
Portata dell'offerta (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento)				
Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al vettore				
Architettura				
Funzionalità (chiarezza, accessibilità, navigabilità)				
Appeal grafico e qualità (titolazione video inclusa)				
Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia)				
Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità)				
SPECIFICITÀ SOCIAL (FACEBOOK, INSTAGRAM e/o TWITTER)				
Coerenza dell'offerta con il target del vettore				
Portata della presenza (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento)				
Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al social				
Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia)				
Moderazione (qualità ed efficacia)				
Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità)				
SPECIFICITÀ APP				
Coerenza dell'offerta con il target del vettore				
Portata dell'offerta (quantità e varietà contenuti, frequenza di aggiornamento)				
Adeguatezza della modalità comunicativa (linguaggio, stile) al vettore				
Architettura				
Funzionalità (chiarezza, accessibilità, navigazione)				
Appeal grafico e qualità (titolazione video inclusa)				
Capacità di comunicare e creare interazione con il pubblico (accessibilità ed empatia)				
Contenuti specifici (non di origine broadcast) (quantità, qualità)				

CONCETTO VISUALE E SONORO

CONCETTO VISUALE				
Coerenza visuale complessiva				
Scenografia				
Montaggio delle singole sequenze				
Movimenti di camera in studio e nei servizi				
Utilizzo di steadycam, drone, dolly, ecc.				
Gestione dello spazio e impostazione inquadrature				
Luci				
Contributi/Rubriche (immagine, costruzione, montaggio, caratterizzazione, durata)				
Grafica e titoli				
Styling (costumi, trucco e parruccho)				
CONCETTO SONORO				
Coerenza sonora complessiva				
Rapporto musica parlato				
Musica e suoni (scelta, varietà)				
Gestione annunci e disannunci				
Tappeti sonori				
Grafica sonora (sigla, jingle, ...)				