

## IL WORLD TELEVISION DAY CELEBRA IN TUTTO IL MONDO LA TV DI OGGI E DI DOMANI

Mediaset e Publitalia '80 si uniscono ai professionisti della TV di tutto il mondo per festeggiare il 21 Novembre il *World Television Day*, giornata che ci ricorda che la televisione è nel pieno di un processo di continua e profonda trasformazione in cui l'acronimo TV assume il nuovo significato di esperienza "Total Video". Come parte integrante dell'iniziativa organizzata ogni anno dalle Nazioni Unite verrà trasmesso a livello globale, in TV ed online, uno spot di 30 secondi che sottolinea come la TV di oggi sia tutta da scoprire.

### La TV di domani nasce oggi

Per quest'edizione speciale legata al 25° anniversario dell'iniziativa lanciata dalle Nazioni Unite nel 1996, il *World Television Day* celebra una verità universalmente riconosciuta: la TV si è evoluta, diventando molto più di quanto fossimo abituati a conoscere. La TV è disponibile in ogni momento, a casa e fuori casa, su tutti gli schermi (grandi e piccoli), in diretta o in streaming, per regalarti emozioni da condividere o momenti da ritagliarti solo per te. Inoltre, la TV è misurabile, connessa, personalizzata e profilabile.

### **Caroline Petit, Vicedirettore & Officer in Charge, UNRIC (United Nations Regional Information Centre for Europe - Centro Informazioni Regionale delle Nazioni Unite):**

*«La TV ci ha tenuti tutti uniti durante la pandemia di COVID-19, tenendoci informati ed aggiornati, intrattenendoci e perfino ispirandoci. Durante la recente Conferenza COP26, gli editori televisivi di tutto il mondo hanno giocato un ruolo essenziale nel mettere in risalto le sfide e le soluzioni che possiamo raggiungere lavorando insieme per contrastare il cambiamento climatico. Lunga vita alla Televisione come mezzo unificante!»*

### **Katty Roberfroid, Direttore Generale, egta:**

*«Trovo molto appropriato in quest'occasione, nel 25° anniversario del World Television Day, non solo ripensare al costante percorso evolutivo della TV, ma anche gettare uno sguardo attento sul futuro. È proprio il DNA del nostro mezzo a trasformarsi continuamente per soddisfare le esigenze del nostro tempo, fornendo parimenti a telespettatori, editori TV ed inserzionisti nuove piattaforme, nuove possibilità e nuove idee. Tenendo tutto ciò in considerazione, guardiamo con entusiasmo ai prossimi 25 anni e alle numerose innovazioni che coinvolgeranno la TV, rendendola in grado di offrire un'esperienza sempre più coinvolgente».*

Cologno Monzese, 19 novembre 2021

Per ulteriori informazioni, si prega di visitare il sito <http://www.worldtelevisionday.com>

## **THE GLOBAL TV GROUP**

The Global TV Group è un raggruppamento di editori e concessionarie in Europa, Stati Uniti, Canada, Australia ed America Latina, il cui obiettivo congiunto è promuovere la televisione e ricordarne l'efficacia e la popolarità ad inserzionisti, giornalisti, agenzie ed altri operatori del settore.

<http://www.theglobaltvgroup.com/>

## **THE ASSOCIATION OF COMMERCIAL TELEVISION IN EUROPE (ACT)**

Il settore dell'editoria televisiva commerciale in Europa è una storia di grande successo. Ogni giorno, intratteniamo ed informiamo milioni di cittadini europei con migliaia di canali visibili in tutto il Vecchio continente. ACT (Association of Commercial Television in Europe) rappresenta gli interessi dei principali editori televisivi commerciali in 29 paesi europei. I membri di ACT finanziano, producono, promuovono e distribuiscono contenuti e servizi di cui beneficiano milioni di cittadini europei su tutte le piattaforme video. ACT crede fermamente che un settore florido e sostenibile come quello dell'editoria televisiva ricopra un ruolo essenziale nell'economia, nella società e nella cultura europea.

<https://www.acte.be/>

## **EBU**

EBU (European Broadcasting Union – Unione europea di radiodiffusione) è la principale alleanza, a livello mondiale, di operatori media del Servizio Pubblico (PSM), la cui missione è sottolineare l'imprescindibilità del servizio pubblico radiotelevisivo. EBU rappresenta 115 organizzazioni media in 56 paesi europei, mediorientali ed africani; inoltre, può contare su 31 associati in Asia, Africa, Australia e nelle Americhe. Congiuntamente, i membri di EBU gestiscono quasi 2.000 canali televisivi e radiofonici, affiancati da numerose piattaforme online. Nell'insieme, i membri raggiungono un pubblico che supera globalmente il miliardo di persone, trasmettendo in oltre 160 lingue. L'impegno è quello di assicurare un futuro sostenibile al servizio pubblico, fornendo ai membri contenuti di elevata qualità, che partono dall'informazione fino ad arrivare allo sport e alla musica, facendo leva su un'etica fondante di solidarietà e cooperazione al fine di creare un centro di apprendimento e condivisione.

<https://www.ebu.ch/home>

## **egta**

egta è l'associazione rappresentante le concessionarie pubblicitarie radiotelevisive, siano esse soggetti indipendenti dai gruppi editoriali o strutture interne a questi ultimi, che si occupino della commercializzazione di spazi pubblicitari su emittenti TV e radio, sia private che pubbliche, in Europa ed oltre i suoi confini. egta adempie a diverse funzioni per i propri membri, in campi svariati quali questioni normative, misurazione degli ascolti, politiche di vendita, interattività, cross-medialità, standard tecnologici, new media, etc. In oltre 40 anni di attività, egta è diventata il punto di riferimento per la pubblicità radiotelevisiva in Europa e comprende più di 160 membri, attivi in 43 paesi.

<http://www.egta.com/>

## **UNRIC**

Con sede a Bruxelles, UNRIC (United Nations Regional Information Centre for Europe - Centro Regionale d'Informazione delle Nazioni Unite per l'Europa) fornisce informazioni sull'attività delle Nazioni Unite in 22 paesi ed è attivo su social media e siti internet in 13 lingue. Ricopre il ruolo di Ufficio comunicazione europeo delle Nazioni Unite e la sua finalità è di coinvolgere ed informare i cittadini europei sulle principali questioni mondiali. Inoltre, collabora con istituzioni dell'Unione Europea in materia d'informazione. UNRIC organizza attività di sensibilizzazione, campagne congiunte di pubblica informazione ed eventi con partner quali l'UE, i governi nazionali, i mass media, le ONG, la comunità creativa e le autorità locali.

<https://unric.org/>