

IL WORLD TELEVISION DAY CELEBRA IN TUTTO IL MONDO LA DIVERSITÀ DEI CONTENUTI TELEVISIVI

Fedele Confalonieri: «I broadcaster necessitano di una dimensione a scala europea essenziale per assicurare un mercato unico in cui la diversità culturale possa prosperare»

Mediaset e Publitalia '80 si uniscono ai professionisti della TV di tutto il mondo per festeggiare domani 21 novembre il *World Television Day*, giornata che ci ricorda che la televisione va ben oltre la visione lineare. 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.

La Diversità del contenuto televisivo che intrattiene, informa ed ispira.

Il tema della 23a edizione di questa festa celebrata in tutto il mondo è la *Diversità*. Il 21 novembre festeggiamo la TV, che offre una varietà ineguagliabile di film e serie di qualità, notiziari affidabili, documentari, produzioni d'intrattenimento e molto altro: milioni di storie che aspettano solo di essere scoperte, per cambiare la percezione del mondo da parte dei telespettatori. Questi contenuti premium, che si possono guardare quando e dove si preferisce e da una moltitudine di piattaforme TV, stimolano curiosità, interesse e fedeltà del pubblico televisivo, il tutto rigorosamente in un contesto sicuro per le marche.

Quello della *Diversità* è un tema di ampia valenza sociale, sempre più spesso messo in evidenza nelle trasmissioni TV e nelle campagne pubblicitarie. Grazie alla vasta gamma di contenuti offerti, la Televisione gioca un ruolo fondamentale come forza positiva che contribuisce al dibattito democratico all'interno della società. I contenuti variegati e di qualità sono in grado di spingere gli spettatori ad allargare la mente e a guardare al di là della propria quotidianità grazie alla visione di programmi che rappresentino una fonte d'ispirazione.

Fedele Confalonieri, presidente di Mediaset e membro fondatore di ACT:

«I broadcaster necessitano di una dimensione a scala europea essenziale per assicurare un mercato unico in cui la diversità culturale possa prosperare».

Caroline Petit, vice direttore del Centro Regionale d'Informazione delle Nazioni Unite per l'Europa (UNRIC):

«La diversità è un componente critica di una società vivace e positiva e dovrebbe essere vista come una ricchezza piuttosto che una minaccia. L'impegno di non lasciare indietro nessuno avrà l'unico effetto di rendere il mondo un posto migliore».

Katty Roberfroid, direttore generale, egta:

«La TV è veramente radicata nelle vite di così tante persone diverse in tutto il mondo. Con milioni di storie a portata di mano, i telespettatori sono invitati ad un viaggio di infinite scoperte. E questo nell'ambiente sicuro ed affidabile che gli inserzionisti ricercano oggi più che mai. Vi invitiamo tutti, ancora una volta, a celebrare il nostro mezzo in tutto il mondo, ora e per molti altri anni a venire».

Cologno Monzese, 20 novembre 2019



THE GLOBAL TV GROUP

The Global TV Group raggruppa in modo informale gli organismi professionali 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, esperti di tecnologia, agenzie ed altri operatori del settore.

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

EUROPEAN BROADCASTING UNION (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 116 organizzazioni media in 56 paesi europei, mediorientali ed africani; inoltre, può contare sui 34 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 150 membri, attivi in 42 paesi.

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

ACT

ACT (Association of Commercial Television in Europe) rappresenta gli interessi dei principali editori televisivi commerciali in 37 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 s'impegna con le istituzioni UE per raggiungere un quadro regolatorio equilibrato ed appropriato, che incoraggi ulteriori investimenti e crescita nel nostro settore.

<https://acte.be/>

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.