

IL WORLD TELEVISION DAY CELEBRA IN TUTTO IL MONDO LA FORZA DELLA TV NEL CATTURARE L'ATTENZIONE

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 la forza del mezzo televisivo nel catturare l'attenzione. 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 TV di oggi cattura, affascina e mantiene viva l'attenzione del pubblico

La 26° edizione del World Television Day celebra una realtà globale: la televisione è in grado di coinvolgere più di qualsiasi altro mezzo di comunicazione. La televisione è sempre disponibile, a casa e fuori casa, su tutti gli schermi - grandi o piccoli - in diretta o in streaming, offrendo sia esperienze collettive che personali.

Fin dall'inizio, la televisione ha tenuto il polso della società convogliando l'attenzione dei telespettatori su eventi e questioni sociali di grande rilevanza. La TV tiene incollato il pubblico allo schermo grazie ad affidabili programmi di informazione, serie affascinanti e di qualità, film che catturano l'interesse, contenuti che tengono viva l'attenzione e molto altro ancora.

L'attenzione, appunto, è diventata sempre più importante anche per le marche, che ben comprendono l'impatto di questo nuovo indicatore: maggiore è l'attenzione agli annunci, migliori sono i risultati commerciali. Garantendo uno dei livelli di coinvolgimento più alti e costanti sia per i contenuti editoriali che per la pubblicità, la TV si dimostra un mezzo con un'efficacia senza pari.

Sherri Aldis, Direttore, UNRIC (United Nations Regional Information Centre for Europe - Centro Informazioni Regionale delle Nazioni Unite):

«La televisione gioca un ruolo cruciale nel portare all'attenzione questioni importanti e nel formare l'opinione pubblica. Aiuta le persone a tenersi informate sui temi che contano: dalla pace e la sicurezza ai cambiamenti climatici, dalle pandemie alle disuguaglianze. La TV è anche un simbolo di comunicazione globale che può aiutarci a trovare soluzioni ai problemi del mondo, tutti insieme».

Katty Roberfroid, Direttore Generale, egta:

«L'industria televisiva lavora costantemente per creare sempre più consapevolezza sull'attenzione alla pubblicità. Con i fornitori di contenuti e i brand che competono per catturare l'attenzione dei consumatori, quest'indicatore emergente contribuirà a dimostrare la capacità della TV nel raggiungere risultati di breve e lungo termine, fondamentali per editori ed inserzionisti. In occasione della Giornata Mondiale della Televisione, facciamo luce sull'emergente economia dell'attenzione e celebriamo il ruolo della Total TV in questa direzione».

Cologno Monzese, 21 novembre 2022

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/>