

21 NOVEMBRE: WORLD TELEVISION DAY

MEDIASET CELEBRA LA FORZA DELLA TV ACCESSIBILE E INCLUSIVA

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 potenza del mezzo televisivo. Come parte integrante dell'iniziativa organizzata ogni anno dalle Nazioni Unite, verrà trasmesso a livello globale, in TV e online, uno spot per celebrare l'evento.

La 27° edizione del World TV Day è incentrata sull'accessibilità e sull'impegno della televisione di diventare fruibile da tutti. Se la "Total TV" è accessibile in qualsiasi momento, ovunque e su qualsiasi dispositivo, dovrebbe ugualmente essere accessibile a chiunque, indipendentemente dalle capacità visive o uditive. L'impegno nella direzione di una sempre maggiore inclusione ed accessibilità è necessario non solo per i contenuti della programmazione televisiva, ma anche per quelli pubblicitari.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, quasi il 20% della popolazione globale soffre di perdita dell'udito e circa il 29% ha problemi di vista da vicino o da lontano.

Il World Television Day diventa così l'opportunità per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'inclusione sociale, dimostrando l'impegno e il contributo da parte di broadcaster e inserzionisti nel rendere lo scenario media sempre più accessibile, uno scenario in cui tutti abbiano pari accesso agli stessi servizi, esperienze, informazioni e intrattenimento.

Per sottolineare l'importanza di questa tematica, Publitalia '80 trasmetterà alle 18.50 del 21 novembre su Canale 5, la rete ammiraglia del gruppo Mediaset, un "break accessibile" dove tutti gli spot saranno sottotitolati. Alcune aziende, tra cui Unilever (Mentadent e Coccolino), Lindt & Sprüngli (Lindor) e Bayer (Aspirina C), hanno favorevolmente deciso di aderire a questa iniziativa fornendo loro stessi degli spot accessibili.

Taide Guajardo, Chief Brand Officer Europe, P&G:

«L'industria della pubblicità e dei media ha il potere e l'obbligo di consentire a tutte le persone di accedere ai contenuti, compresa la pubblicità che determina le loro scelte: è giunto il momento di unire le forze per raggiungere questo obiettivo comune»

Katty Roberfroid, Direttore Generale, egta:

«La TV ha il potere di influenzare positivamente la società e condurla verso il meglio. Le emittenti televisive hanno l'opportunità unica di includere quella parte di pubblico che spesso è lasciata ai margini. Ampliando l'accesso non solo ai contenuti ma anche alla pubblicità, possiamo assicurarci che la TV continui a essere un mezzo di comunicazione davvero per tutti. In qualità di organismo di categoria, egta farà la propria parte nel facilitare questo cambiamento positivo, sostenendo gli editori televisivi nel loro viaggio verso un'industria dei media più inclusiva e più accessibile».

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

«La televisione è sempre stata uno strumento importante nel sensibilizzare l'opinione pubblica sulle tematiche che riguardano le nostre comunità e il pianeta. Con il World TV Day, celebriamo il ruolo della televisione nell'unire la popolazione mondiale. Accogliamo con favore l'attenzione posta quest'anno sull'importanza di rendere la televisione accessibile a tutti. L'accessibilità è la chiave per assicurare che la televisione possa educare e connettere tutti, senza lasciare indietro nessuno».

Cologno Monzese, 20 novembre 2023

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



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/>

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/>

ABOUT 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/>