



WORLD TV DAY - TV MAKES A DIFFERENCE

Il **21 Novembre** si celebra il **World Tv Day**, giornata mondiale dedicata alla televisione promossa dalle Nazioni Unite.

Il tema di questa importante giornata è **TV makes a difference**. Perché? Come?

Perché:

- 1) La TV è sempre più centrale nel consumo mediale e nelle scelte di comunicazione
- 2) La TV è una scelta a forti valenze sociali con informazione e intrattenimento di qualità
- 3) La TV si trasforma, ampliando accessi e modi di fruizione e i formati pubblicitari
- 4) La TV vivrà un nuovo switch off nel 2022

Da sempre la TV è attenta ai grandi temi sociali (dal cambiamento climatico alle disparità razziali o di genere) e soprattutto **la TV fornisce ogni giorno un reale e continuo sostegno alle persone e alle aziende**. Così facendo **risulta in grado di fare la differenza nel rendere questo mondo un posto migliore**.

Per l'occasione, FCP-Assotv, l'associazione delle concessionarie tv, trasmetterà durante il World Tv Day uno spot con i valori e le differenze della TV e ora invita a riflettere su questi 4 aspetti, osservando che:

1. Centralità del mezzo TV e Totale Ascolto in crescita nel 2020

Il 2020 è un anno "indimenticabile" con cambiamenti e accelerazioni definite "secolari". I media sono stati profondamente colpiti e la **TV è stata sempre presente durante tutte le difficili fasi che abbiamo attraversato con un totale ascolto in crescita**, complessivamente a doppia cifra (+11%) e ancora di più durante le fasi del lockdown di primavera (+35/40%).

Quali che siano state le condizioni e i "gradi di libertà" concessi dalla situazione sanitaria ed economica, la TV ha dimostrato di essere ogni giorno un'utile risorsa: un companion media per le persone e al tempo stesso un media asset per le imprese per dialogare in continuità coi propri consumatori.

2. Ruolo sociale del media tra informazione e intrattenimento di qualità

La TV ha continuato ad offrire un mix bilanciato di informazione di qualità, professionale e certificata in un mondo inflazionato di fake news, e produzioni originali di intrattenimento, permettendo la necessaria distensione. Ha così affermato il proprio ruolo "sociale" nei momenti di maggiore bisogno.

3. Trasformazione digitale della TV, come fruizione del mezzo ed offerta pubblicitaria

Anche la TV si trasforma digitalmente e il 2020 ha accelerato cambiamenti che resteranno nel tempo: fruizione multimodale (live o livestreaming o on demand), multischermo (TV, smart TV, smartphone, tablet, desktop etc.) e sempre più personalizzata.

Le concessionarie TV hanno sviluppato la propria offerta di advanced advertising, veicolando formati innovativi sugli schermi diffusi, per estendere la reach e migliorare le campagne stesse.

4. TV come "bene di cittadinanza" e l'importanza dello switch off del 2022

Un anno "indimenticabile" che ha ri-dimostrato come la TV sia una risorsa di sistema per le aziende per sostenere i propri business e un "bene di cittadinanza fondamentale nella società contemporanea, da sostenere e tutelare" che dovrebbe avere nell'agenda politica almeno la stessa importanza data alla banda larga.

A meno di 2 anni allo Switch Off del 2022 (passaggio delle frequenze 700 Mhz alla banda larga mobile 5G) che obbliga tutti gli italiani ad avere almeno un Televisore High Definition pronto per la tecnologia DVB-T2, è possibile affermare (RDB Auditel/Ipsos) che quasi 4 milioni di famiglie italiane su 24 sono ancora in Standard Definition. La normale rotazione di TV non è sufficiente per garantire la totale sostituzione del parco TV e nemmeno l'attuale destinazione di risorse pubbliche per sostenere questo passaggio appare sufficiente.

L'importanza che il media TV ha dimostrato nel 2020 chiede una maggiore attenzione a livello istituzionale per affrontare questo delicato Switch Off affinché non si trasformi in un Cut Off per molti italiani.