

Comunicato stampa
Celebrazione della Giornata mondiale della televisione 2025:
"La TV sta cambiando. La sua forza rimane."

Bruxelles, 21 novembre 2025 (embargo fino al 19 novembre)

Il 21 novembre, le emittenti televisive di tutto il mondo si uniranno per celebrare **la Giornata mondiale della televisione**, un evento globale che ricorda l'influenza duratura della televisione come mezzo di informazione, istruzione e condivisione di esperienze. Istituita dalle Nazioni Unite, questa ricorrenza annuale sottolinea la continua forza della TV, anche se le modalità di fruizione continuano ad evolversi.

egta (l'organismo commerciale internazionale delle aziende televisive e audio multiplatforma) e **ACT** (l'Associazione delle televisioni commerciali e dei servizi VoD in Europa), con il sostegno del **GTVG** (Global TV Group), uniscono ancora una volta le forze per creare uno spot video di 30 secondi (link al clip), che sarà trasmesso sui canali televisivi di tutta Europa e ampiamente condiviso sulle piattaforme digitali e sui social media.

La TV sta cambiando. La sua forza rimane.

Dalle famiglie che si riuniscono attorno a un unico schermo per assistere a momenti storici e grandi eventi sportivi, al mondo frenetico di oggi, dove è possibile guardare le notizie in streaming sullo smartphone durante il tragitto mattutino verso il lavoro, la televisione si è trasformata in un'esperienza veramente multiplatforma.

Il modo in cui guardiamo la TV è cambiato. Gli spettatori non dipendono più esclusivamente dal televisore in salotto, ma hanno ora la libertà di scegliere come, quando e dove guardare. I servizi di streaming, la visione on demand, la catch-up TV e le piattaforme in abbonamento hanno ridefinito il significato di "guardare la TV". Il mezzo si è espanso oltre un palinsesto lineare, trasformandosi in un'esperienza flessibile e personalizzata che si adatta al ritmo della vita moderna.

Tuttavia, nonostante questi cambiamenti, **la forza della TV rimane immutato**. È ancora il luogo a cui ci rivolgiamo per ottenere informazioni affidabili in tempi di crisi, per condividere momenti culturali che uniscono milioni di persone e per storie che ispirano e intrattengono. Che si tratti di copertura in diretta di notizie dell'ultima ora, serie televisive di successo che diventano fenomeni globali o documentari che stimolano importanti dibattiti, la TV conserva una capacità unica di plasmare la memoria collettiva e il dialogo culturale.

Per molti versi, l'evoluzione della tecnologia ha solo **umentato l'importanza della TV**. Con le smart TV, le app e i dispositivi portatili, il pubblico può interagire con i contenuti in modo più profondo e secondo le proprie esigenze, senza perdere l'impatto emotivo e la credibilità che la televisione ha sempre offerto. Rimane un potente mezzo di narrazione, che unisce le generazioni, si adatta alle nuove piattaforme e continua a riunire le persone anche in un panorama mediatico sempre più frammentato.

I messaggi chiave della campagna di quest'anno includono:

- **Adattarsi alla vita moderna:** la televisione è ora presente su ogni schermo, dai più grandi display dei salotti ai dispositivi mobili e ai laptop, raggiungendo gli spettatori ovunque si trovino, ogni volta che desiderano guardarla.
- **Innovazione con uno scopo:** mentre le piattaforme e la tecnologia evolvono, il ruolo della TV come fonte di notizie affidabili, storie stimolanti e pietre miliari culturali rimane immutato.
- **Una fonte affidabile e attendibile:** anche nella nostra epoca iperconnessa e saturata di contenuti, la TV rimane una delle fonti di informazione più affidabili e credibili, sostenuta da solidi standard editoriali.
- **Un punto d'incontro culturale:** la TV continua a unire le persone attraverso momenti condivisi, favorendo la conversazione, la comprensione e le esperienze culturali tra un pubblico eterogeneo. Insegnare il passato, il presente e il futuro del nostro mondo.

La forza della televisione risiede nella sua capacità di connettere, intrattenere ed educare le persone attraverso storie, informazioni ed esperienze condivise che trascendono le piattaforme e le generazioni. Rimane uno dei pochi mezzi in grado di raggiungere un pubblico di massa e allo stesso tempo di fornire contenuti altamente mirati e significativi.

Che si tratti di trasmissioni in diretta di grandi eventi globali, documentari che stimolano conversazioni importanti o intrattenimento che crea punti di riferimento culturali, la TV continua a plasmare il modo in cui vediamo il mondo e ci comprendiamo a vicenda. La sua rilevanza perdura perché, nella sua essenza, la televisione è narrazione, storie che informano, ispirano e uniscono le persone.

"La televisione ha sempre vissuto dove l'emozione incontra la comprensione, collegando case, generazioni e idee attraverso un linguaggio condiviso. Cambia forma con noi, trovando nuovi modi per brillare su ogni schermo. Quando la pubblicità rispetta questo spazio, alimenta storie che educano, ispirano, uniscono e includono. La televisione continua ad evolversi, ma nel profondo rimane la stessa: ci aiuta a vedere gli altri e noi stessi con maggiore chiarezza". - **Katty Roberfroid, Direttore Generale, egta**

"La televisione è radicata nelle nostre economie e culture, è uno dei principali investitori nella creatività, nel talento e nella crescita locali. Il risultato: notizie affidabili che sostengono le nostre democrazie e intrattenimento e sport molto amati che riflettono le nostre diverse identità e passioni. In qualità di attori pienamente responsabili, stabiliamo gli standard di riferimento per servizi che operano in modo responsabile: proteggendo il pubblico, riflettendo e promuovendo valori, creando e sostenendo posti di lavoro di alta qualità e uno spazio mediatico pluralistico. Un punto di riferimento nella fornitura di innovazione responsabile in un mondo in rapida evoluzione". - **Grégoire Polad, Direttore Generale, ACT**

"La televisione non è più uno schermo, è un ecosistema. Da CTV a FAST a Total TV, l'innovazione non riguarda i formati, ma il ripensamento del rapporto con il pubblico. Mentre la televisione evolve da lineare a digitale, dalla trasmissione televisiva alla Total TV, una verità rimane: la creatività è al centro di questo rapporto. Il futuro della televisione non è solo digitale, è creativo. La tecnologia cambia il modo in cui raccontiamo le storie, ma non il motivo per cui le raccontiamo". - **Anna Lujanen, Presidente di The Global TV Group e Direttore Esecutivo di Screenforce Finland**

"La televisione continua ad evolversi con ogni progresso tecnologico, mantenendo il suo ruolo essenziale di finestra affidabile sul mondo. In un'epoca di rapidi cambiamenti nelle abitudini mediatiche, la televisione ha il potere di unire le persone attorno ai fatti, favorire la comprensione e rafforzare il nostro legame con il mondo che condividiamo. Il potere della narrazione audiovisiva crea uno spazio importante per il dialogo e lo scambio". - **Sherri Aldis, direttrice del Centro regionale di informazione delle Nazioni Unite per l'Europa occidentale**

Contatto stampa:

Clément Maertens - Responsabile comunicazione e marketing, egta - clement.maertens@egta.com

Informazioni su egta:

egta è l'organismo commerciale internazionale delle aziende televisive e audio multiplatforma. Rappresentiamo oltre 180 membri in più di 40 mercati. I nostri membri sono aziende televisive e audio multiplatforma che si collocano all'incrocio tra la televisione e la radio tradizionali e le piattaforme video e audio digitali. La televisione e l'audio multiplatforma riuniscono servizi lineari e on demand, su tutti gli schermi e tutte le piattaforme. [Elenco completo dei membri qui.](#)

Informazioni su ACT:

L'Associazione delle emittenti televisive commerciali e dei servizi di video on demand in Europa rappresenta gli interessi delle principali emittenti commerciali e dei loro servizi VoD dal 1989. Le aziende associate ad ACT finanziano, producono, promuovono e distribuiscono contenuti e servizi a beneficio di milioni di spettatori su tutte le piattaforme.

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

Informazioni sul Global TV Group:

Il Global TV Group è un raggruppamento di emittenti e agenzie di vendita in Europa, Stati Uniti, Canada, Australia e America Latina, il cui obiettivo comune è quello di promuovere la televisione e ricordare agli inserzionisti, ai giornalisti, alle agenzie e ai colleghi del settore l'efficacia e la popolarità della TV.

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