

----- Communiqué de presse -----

LA JOURNÉE MONDIALE DE LA TÉLÉVISION CÉLÈBRE LA QUALITÉ DE LA TÉLÉVISION À TRAVERS LE MONDE

Les investissements dans les programmes télévisés approchent 140 milliards de dollars.

Bruxelles, le 21 novembre 2018

Les professionnels du domaine de la télévision du monde entier célèbrent la Journée mondiale de la télévision le 21 novembre, pour nous rappeler que la télévision (TV) – comme dans « Total Vidéo » – va bien au-delà de la programmation télévisée linéaire. Dans le cadre de l’initiative annuelle des Nations Unies, [un message publicitaire de 30 secondes](#) sera présenté par les diffuseurs sur le réseau hertzien et en ligne du monde entier.

Du contenu télé qui divertit, informe et inspire.

Le thème de la 22e édition de cette célébration mondiale est *contenu de qualité*. La qualité exceptionnelle des programmes de télévision se reflète dans la façon dont ce média éprouvé possède la capacité inégalée de divertir, d’inspirer et d’informer les téléspectateurs, sur toutes les plateformes.

Au Canada seulement, l’investissement dans les programmes est de 4,3 milliards de dollars (2017), dont 2,85 milliards de dollars dans les productions canadiennes. À l’échelle mondiale, ce chiffre s’élève à 140 milliards de dollars¹.

Un contenu de qualité peut inciter les téléspectateurs à élargir leurs vues et à porter leur regard au-delà de celui de leur vie quotidienne, grâce à des émissions inspirantes. Il permet également de divertir et d’unir une multitude de personnes autour d’une programmation en direct, comme ce fut le cas de la récente Coupe du monde (GlobalWebIndex estime que 3,4 milliards de personnes ont regardé la Coupe du monde, cette année). Enfin, la télévision informe les téléspectateurs par des journaux télévisés offrant du contenu fouillé, les sensibilise aux problèmes actuels de la société en plus d’intervenir sur le plan de l’apprentissage par une programmation pour enfants de qualité ou des documentaires instructifs.

« La télévision doit continuer à jouer son rôle en informant et en mobilisant les téléspectateurs, et en particulier les jeunes. À ce titre, il convient notamment de présenter des modèles de réussite mettant en vedette des individus ou des organisations qui contribuent à rendre notre société meilleure et plus durable. Cet aspect est renforcé par le thème “ contenu de première qualité – du contenu qui unit, qui inspire et qui informe ” de la Journée mondiale de la télévision de cette année, le 21 novembre », affirme Caroline Petit, directrice adjointe du Centre régional d’information des Nations Unies pour l’Europe occidentale (UNRIC).

Rien ne vaut la combinaison toute particulière de l’image, du son, du mouvement... et de l’émotion

En outre, les chiffres rassemblés dans plus de 24 pays par The Global TV Group dans le cadre de la deuxième édition de son [Global TV Deck](#) soulignent la résilience et l’efficacité de la télévision en tant que média publicitaire.

Pour plus d’information, veuillez consulter le <http://www.worldtelevisionday.tv/>

Contacts presse :

Alain Beerens,
Directeur du marketing et des
communications, **egta**
Association des régies
publicitaires radio et
télévision européennes
Tél. : +32 2 290 31 38
alain.beerens@egta.com

Anne Brochot
Gestionnaire de projet principale,
Eurovision TV, **UER**
Union Européenne de Radio-
Télévision
Tél. : +41(0) 22 717 28 88
brochot@ebu.ch

Grégoire Polad
Directeur général, **ACT**
Association des télévisions
commerciales européennes
Tél. : +32 2 738 76 12
gp@acte.be

Sources :

1. Les réseaux et l'intelligence de programmation de IHS Markit – Les dépenses des programmes télévisés 2017 par région (milliards de \$) – données rassemblées auprès de 27 pays
2. GLocalWebIndex

À PROPOS DE THE GLOBAL TV GROUP

The Global TV Group est un groupe informel d'organes commerciaux de radiodiffuseurs et de régies publicitaires d'Europe, des États-Unis, du Canada, d'Australie et d'Amérique latine, dont l'objectif commun est de promouvoir la télévision et de rappeler aux annonceurs, aux journalistes, aux experts en technologie, aux agences et aux pairs de l'industrie l'efficacité et la popularité de la télévision.

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

À PROPOS DE L'ACT

L'Association des télévisions commerciales européennes (ACT) représente les intérêts des principaux radiodiffuseurs commerciaux de 37 pays européens. Les entreprises membres de l'ACT financent, produisent, promeuvent et distribuent des contenus et des services destinés à des millions d'Européens, sur toutes les plateformes. L'ACT collabore avec les institutions de l'UE pour mettre en place un cadre réglementaire équilibré et approprié qui encouragera la poursuite des investissements et de la croissance dans notre secteur.

<https://acte.be/>

À PROPOS DE L'UNION EUROPÉENNE DE RADIO-TÉLÉVISION (UER)

Comptant 73 membres répartis dans 56 pays d'Europe et d'ailleurs, l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) est la plus grande alliance de médias de service public du monde. L'UER a pour mission de rendre les médias de service public indispensables et parmi ses activités figurent l'Eurovision et l'Euroradio. L'UER soutient et renforce les médias de service public, fournit des services de médias hors pair et offre à ses membres des plates-formes agiles d'apprentissage et de partage.

www.ebu.ch

À PROPOS DE L'EGTA

L'association des régies publicitaires radio et télévision européennes (egta) représente les régies publicitaires radio et télévision, qu'elles soient indépendantes de la chaîne ou internes, et commercialise les espaces publicitaires des stations de radio et de télévision privées et publiques dans toute l'Europe et au-delà. L'egta remplit différentes fonctions pour ses membres dans des domaines d'activités aussi divers que les questions de réglementation, la mesure de l'auditoire, les méthodes de vente, l'interactivité, les multimédias, les normes techniques, les nouveaux médias, etc. Au cours de ses plus de 40 années

d'existence, l'egta est devenu le centre de référence pour la publicité à la télévision et à la radio en Europe. L'egta compte plus de 140 membres actifs dans 40 pays.

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

À PROPOS D'UNRIC

Basé à Bruxelles, le Centre régional d'information des Nations Unies pour l'Europe occidentale (UNRIC) fournit des informations sur les activités des Nations Unies à 22 pays et est actif sur les médias sociaux et sur les sites Web en 13 langues. Le Centre agit en tant que bureau européen de communication des Nations Unies et a pour objectif de mobiliser et d'informer les citoyens européens sur les questions de portée mondiale. Il assure également la liaison avec les institutions de l'Union européenne dans le domaine de l'information. Ses activités de sensibilisation, ses campagnes et ses événements conjoints d'information du public sont organisés avec des partenaires comme l'Union européenne, les gouvernements, les médias, les ONG, la communauté créative et les autorités locales.