



THE NEW TV AD-AGE – Terza Edizione

I volti della televisione italiana protagonisti sul palco dell'evento FCP-AssoTV, il 30 settembre a Milano

Milano, 15 settembre 2025 – martedì 30 settembre alle ore 18:00, il Teatro Alcione di Milano ospita la **terza edizione di THE NEW TV AD-AGE**, l'evento promosso da **FCP-AssoTV**, che mette al centro il futuro della televisione, con la partecipazione straordinaria di alcuni tra i volti più rappresentativi e amati del piccolo schermo italiano.

Un appuntamento che si conferma come momento privilegiato di confronto sul presente e sul domani della comunicazione video, in un'epoca in cui la TV continua a evolversi, ibridando linguaggi, formati e canali, e ridefinendo con resilienza il proprio ruolo all'interno dell'ecosistema mediale. Un mezzo che, pur attraversando trasformazioni profonde, resta centrale nelle strategie di comunicazione e nei consumi culturali degli italiani.

A guidare il pubblico in questo racconto corale, e per la prima volta a “reti unificate”, saranno **Massimo Scaglioni** e **Anna Sfardini**, esperti di Televisione di CeRTA Unicatt nel ruolo di conduttori dell'evento.

All'evento parteciperanno alcuni dei protagonisti che meglio incarnano la vitalità e la varietà dei generi televisivi; da **Enrico Mentana** per l'informazione a **Carlo Conti** e **Gerry Scotti** per l'intrattenimento, passando per **Aldo Cazzullo** per l'approfondimento, fino alla partecipazione di **Ida Di Filippo**, **Paola Iezzi** e **Veronica Gentili** per raccontare le nuove dinamiche di ibridazione dei generi. Infine, per concludere sarà presente anche **Guido Meda** per rappresentare un genere imprescindibile in Italia come quello dello sport.

Una partecipazione ricca ed eterogenea che descrive l'ampiezza e la forza della TV contemporanea, per un evento che si configura – anche simbolicamente – come un grande racconto condiviso degli editori, dove le emozioni dell'audience tornano protagoniste. **THE NEW TV AD-AGE** punta così a consolidarsi come appuntamento di riferimento nell'agenda dell'industria della comunicazione italiana.

“Con questa edizione di THE NEW TV AD-AGE sottolineiamo la capacità della televisione di rinnovarsi e di restare al centro della comunicazione. Presentando i risultati di una ricerca inedita sull'audience engagement, realizzata da Human Highway ed Emotiva, vogliamo offrire uno sguardo concreto su come il mezzo sappia evolversi e generare valore” commenta **Marco Robbiati, Presidente di FCP-AssoTV**. *“I volti presenti sul palco ne testimoniano la forza, dimostrando come nessun altro sappia generare lo stesso livello di riconoscibilità, di fiducia e di emozione.”*

THE NEW TV AD-AGE sarà l'occasione per esplorare come nasce l'engagement e perché la televisione, anche nell'era dello streaming, continua a occupare un posto centrale nell'immaginario e nella quotidianità delle persone. Un evento con l'ambizione di consolidarsi come appuntamento ricorrente nell'agenda dell'industria della comunicazione italiana.