



THE NEW TV AD-AGE – Terza Edizione

Attraverso lo schermo: la tv che si racconta con le emozioni di chi la crea e di chi la vive

Milano, 02 settembre 2025 – martedì 30 settembre alle ore 18:00, presso il Teatro Alcione di Milano, torna “**THE NEW TV AD-AGE**”, l’appuntamento promosso da **FCP-AssoTV**, la Federazione che riunisce le aziende concessionarie e i gestori diretti attivi nella vendita di spazi pubblicitari sui canali televisivi, presieduta da **Marco Robbiati**. Giunto alla sua terza edizione, l’incontro si conferma come un’occasione per riflettere sul presente e sul futuro della comunicazione video, in un momento in cui la TV continua a reinventarsi, ibridando linguaggi, formati e canali, e ridefinendo con resilienza il proprio ruolo nell’ecosistema mediale. Un mezzo che, pur attraversando trasformazioni profonde, dimostra una straordinaria capacità di adattamento, confermandosi centrale nelle strategie di comunicazione e nei consumi degli italiani.

Per la prima volta, l’iniziativa si svolgerà con la partecipazione congiunta di alcuni tra **i volti più iconici della televisione italiana**, provenienti da diversi editori televisivi e riuniti sullo stesso palco.

Saranno loro i protagonisti di un **talk-show dal formato originale**, in cui il mezzo televisivo verrà raccontato **attraverso lo schermo**, grazie al dialogo tra chi lo realizza e chi lo vive ogni giorno da spettatore.

Un’esperienza multisensoriale tra dati, narrazione e vissuto

La TV non si misura solo in share, GRP e numero di schermi: a definire il suo impatto contribuiscono anche le **emozioni**, le **abitudini** e le **motivazioni profonde** di chi la guarda. Durante l’appuntamento verranno presentati i risultati di un’**inedita ricerca sull’audience engagement**, che esplora la “fisica” dell’audience fino ad arrivare alla “chimica” dell’**ad-tention** (Advertising + Attention): un approccio integrato che coniuga dati quantitativi e insight qualitativi.

Con questa iniziativa, **FCP-AssoTV** rinnova il proprio impegno nel valorizzare il ruolo della televisione contemporanea, facilitando il dialogo tra **chi la crea e chi la attraversa come esperienza quotidiana**.

Un format narrativo innovativo

Sul palco, prenderà vita un confronto **non convenzionale** tra autori, conduttori e produttori televisivi e il pubblico stesso, attraverso **interviste doppie “impossibili”**, **moderatori fuori dagli schemi** e **incursioni narrative** pensate per sorprendere, coinvolgere e stimolare riflessioni. L’obiettivo: comprendere **come nasce e si alimenta l’engagement**, e perché la TV, anche nell’era dello stream-casting, continua a occupare un posto centrale nell’immaginario e nella quotidianità delle persone.



Un riconoscimento europeo

Già insignito del titolo di **“Best Case of the Year 2025” da EGTA**, THE NEW TV AD-AGE si conferma come un **riferimento europeo** nel panorama della comunicazione video. Un’occasione unica per chi **investe, produce, studia o semplicemente ama la televisione**, per ritrovarsi in un luogo comune e condividere numeri, linguaggi e visioni sul presente e sul futuro del mezzo televisivo.