



ANTONIANO Onlus 5x1000

IL TUO 5x1000 AD ANTONIANO ONLUS
La tua dichiarazione di *fraternità*

CODICE FISCALE 01098680372

visita il sito latuadichiarazione.antoniano.it

Programmi Da domani alle 21:10 è in onda, in prima tv assoluta, su laF, "Lettori Young"

Sono i giovani lettori italiani tra i 9 e i 20 anni i protagonisti di "Lettori Young", in onda in prima tv assoluta da domani, alle 21:10, su laF (Sky 135): 60 giovani amanti della lettura che raccontano come i loro libri preferiti stanno tracciando la loro vita, umana e professionale facendoli diventare così gli adulti di domani. Dopo "Lettori - I libri di una vita", la declinazione di "Lettori Celebrity" e lo speciale "Lettori '68", laF - tv di Feltrinelli - con quest'ultimo tassello completa il racconto mediatico della lettura in Italia, iniziato nel 2016. "Lettori Young" fotografa oggi uno spaccato della fascia dei lettori più forti del nostro Paese (nel 2018 erano il 91% dei 4-9enni e l'88% dei 10-14enni - dati AIE 2018) e pone l'attenzione verso l'editoria destinata al pubblico dei bambini e dei ragazzi, in grande crescita (+29,2% in termini di titoli e +31,2% per le tirature, secondo i dati dell'Istat, 2017).

Sessanta giovani lettori, dai nove fino ai vent'anni, raccontano come i loro libri preferiti ne stanno tracciando la vita, i sogni, le aspirazioni e il futuro. Produzione di Stand By Me



L'amore per la lettura

Appassionati di libri di ogni genere ma non necessariamente "secchioni", protagonisti di storie di integrazione, bullismo, solitudine, dove la lettura diventa occasione di riscatto, rifugio sicuro, luogo di passioni e sogni: 60 giovani e giovanissimi che attraverso la lettura hanno capito cosa fare da grandi, hanno cambiato le proprie aspirazioni, si sono avvicinati alla scrittura e ora alcuni sono pronti pubblicare il loro primo libro, hanno trovato nuove idee e nuovi punti di vista da cui guardare loro stessi e il mondo che li circonda. Alcuni sono decisi e determinati, al-

tri timidi e insicuri, già presi da tanti impegni, hobby e passioni (sport, musica, teatro, moda, web, scienza...) ma tutti accomunati dall'amore per la lettura. Dalle saghe fantasy come Harry Potter alle biografie di eroi dei nostri giorni come Bebe Vio e Gianmarco Tamberi, dai fumetti con supereroi immaginari come Spider-Man ai romanzi d'amore di Nicholas Sparks, dai grandi classici di Omero, Dante e Ludovico Ariosto ai bestseller di oggi come "L'amica geniale" e "Sotto il burqa": i libri che hanno conquistato e ispirato i sessanta "Lettori Young" sono fra i più disparati e svelano un quadro spesso ina-

spettato ma senz'altro significativo della lettura under 20.

I credits

"Lettori Young" è una serie originale prodotta da Stand By Me per laF - tv di Feltrinelli. Firmato da: Simona Ercolani, produttore creativo; Andrea Felici, curatore; Giacomo Frignani, regista; Luciano Palmerino, Laura Pusceddu, Daniela Titta, Anna Cherubini, Gaia Musacchio, autori. Produttore esecutivo è Fabrizio Forner. Per Effe tv - Gruppo Feltrinelli: Riccardo Chiattelli, direttore contenuti e comunicazione; Francesca Baiardi, Laura Mattavelli, Luca Bagni Amadei, Francesco Villa, delegati di produzione e supervisione editoriale; Francesco Villa, coordinamento produttivo e tecnico; infine, Fabio Pietranera, Chiara Morlacchi, Giorgia Galdiolo, Valeria La Rocca alla supervisione creativa e alla promozione.

Aziende "Non è Pasqua senza Corallina": una nuova campagna out of home per Fiorucci firmata JacLeRoi

L'agenzia specializzata in food & wine è ancora una volta al fianco del marchio storico della salumeria italiana, con l'ultima operazione dedicata alla Corallina, on air da ieri

Cesare Fiorucci, marchio storico della salumeria italiana, si conferma uno dei protagonisti assoluti

della Pasqua grazie al salume più rappresentativo della tradizione pasquale romana: la Corallina. Per il nuovo outdoor di Pasqua, dedicato, appunto, a Corallina, l'azienda romana ha affidato a JacLeRoi, agenzia creativa specializzata in food & wine, lo sviluppo del concept grafico di campagna: come in un rebus, la proposta crea un'interazione fra headline e prodotto, ponendo la Corallina al centro della scena e rendendo ancora più coinvolgente l'esperienza dello spettatore con il visual. La nuova campagna Fiorucci firmata JacLeRoi è visibile da ieri in tutte le principali fermate metropolitane e پسiline della Capitale.

Mercato Mediaset scende in campo contro le fake-news

Oggi, con uno spot su tutte le reti a sostegno del "Fact Checking Day" Mediaset aderisce al "Fact Checking Day", la Giornata mondiale contro la disinformazione. Ecco il testo dello spot che sarà trasmesso su tutte le reti Mediaset: "Oggi 2 aprile 2019 è la Giornata mondiale contro le fake news, le false notizie spacciate su internet. E Mediaset è in prima fila. Perché tutta la nostra informazione, in tv e online, è verificata e garantita. Potete fidarvi. Mediaset ha a cuore il futuro".

NON È PASQUA SENZA CORALLINA

