

## Comunicato Stampa

### **Settimana Nazionale della Dislessia: al via oggi la campagna sociale di Fondazione TIM #disleggo 2019**

*Dal 7 al 16 ottobre una importante pianificazione per diffondere informazione e consapevolezza sul tema DSA*

*Il 10 ottobre, data del World Dyslexia Day, on air un video con Andrea Delogu e Andrea Montanari*

Roma, 7 ottobre 2019

In occasione della quarta edizione della Settimana Nazionale della Dislessia prevista dal 7 al 13 ottobre, in concomitanza con la European Dyslexia Awareness Week promossa dalla European Dyslexia Association (EDA), Fondazione TIM lancia la campagna #disleggo 2019 per diffondere informazione e consapevolezza sui Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA).

L'iniziativa prende il via oggi fino al 16 ottobre, raccontando anche i principali risultati che Fondazione TIM ha raggiunto in 10 anni di attività nel campo della DSA insieme a partner di eccellenza nel campo come AID, l'Istituto Superiore di Sanità, l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù, e d'intesa con istituzioni quali il MIUR e il Ministero della Salute.

La campagna, che ha come claim "Diamo alla dislessia una lettura diversa", si avvale di un key visual composto da lettere costruite in modo tale da rendere inizialmente difficile la lettura del messaggio scritto, richiedendo a chi legge un piccolo sforzo per ricomporre il testo. E' un meccanismo creativo che vuole proporre un'esperienza di difficoltà di lettura comparabile a quelle che incontrano le persone dislessiche e l'hashtag #disleggo sottolinea il punto di vista di chi ogni giorno sperimenta queste difficoltà.

Il 10 ottobre, in occasione del World Dyslexia Day, verrà lanciato sui canali web e social di Fondazione TIM un video con protagonista la conduttrice e scrittrice Andrea Delogu che racconterà la sua esperienza come dislessica in un dialogo con suo marito l'attore Francesco Montanari. Nel corso di questa giornata inoltre, la Home page di Repubblica.it apparirà a tutti così come la vede una persona con DSA, favorendo così la comprensione del disagio a tutti i lettori della testata online.

La campagna, con la creatività dall'agenzia [Xister Reply](#), sarà presente sul sito di Fondazione TIM che avrà una landing page dedicata e sarà presente su alcune testate on line, oltre che outdoor nelle metropolitane di Roma e Milano, nelle grandi stazioni di alcune tra le principali città italiane e sui bus turistici.

Fondazione TIM è in prima linea sul tema della dislessia fin dal 2009 con un programma pluriennale che ha permesso la realizzazione di protocolli di screening, campus informatici, libri digitali e la diffusione di un approccio più inclusivo nelle scuole.

**TIM Press Office**

+39 06 3688 2610

[www.telecomitalia.com/media](http://www.telecomitalia.com/media)

Twitter: @FondazioneTIM

@TIMnewsroom

FONDAZIONE



## CREDITI

Agenzia creativa: Xister Reply

Direttore Creativo Esecutivo: Sarah Grimaldi

Senior Art Director: Filippo Grossi

Senior Copywriter: Valerio Di Giorgio

Art Director: Matteo Zanotti

Produzione: Cut& Editing & more