



## **DISCOVERY ITALIA SOSTIENE CON ALTAGAMMA “I TALENTI DEL FARE”**

**Una campagna on air, prodotta dal team creativo di Discovery Italia, per valorizzare il settore manifatturiero e l’eccellenza del Made in Italy**

*Milano, 30 maggio 2019 – Discovery Italia con DISCOVERY FOR GOOD, il brand che racchiude tutte le attività di Corporate Social Responsibility del gruppo, è al fianco di Altagamma, la Fondazione cui fanno capo le migliori imprese dell’Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo lo stile di vita italiano, per valorizzare il settore manifatturiero in occasione della della **Consulta Strategica riunita oggi a Palazzo Montecitorio** e della presentazione del libro “I TALENTI DEL FARE”.*

Discovery Italia ha realizzato **una campagna, prodotta da Discovery Creative, il team creativo interno, a sostegno dell’iniziativa**. La campagna “**MANifesto**”, che sarà **on air in autunno sui canali del gruppo**, presenta una creatività che si concentra sull’importanza delle mani per compiere gesti fondamentali della vita e per costruire il proprio futuro, con immagini, girate anche presso alcune aziende associate, che esaltano l’abilità dei gesti che vengono compiuti ogni giorno per realizzare prodotti d’eccellenza.

*“Siamo lieti di sostenere questo progetto” ha dichiarato **Laura Carafoli, Chief Content Officer Discovery**, “mettendo a disposizione i nostri canali che raggiungono una platea di 47 milioni di telespettatori ogni mese e la nostra creatività, attraverso la produzione di questa campagna che valorizza, con la cifra stilistica che ci contraddistingue, l’abilità manuale quale risorsa fondamentale dell’industria italiana”.*

*“Siamo grati a Discovery Italia per il supporto che ha voluto garantire al progetto ‘I Talenti del Fare’”. Ha dichiarato **Stefania Lazzaroni, Direttore Generale Altagamma**. “Il loro contributo creativo e media ha un valore economico di rilievo ed è per la nostra Fondazione di straordinaria importanza. Crediamo sia un esempio tangibile della responsabilità sociale di Discovery anche su temi ampi come la disoccupazione giovanile e, peraltro, testimonia l’efficacia e la potenza del mettere a sistema le reciproche professionalità a beneficio del Paese”.*

### **Discovery Italia**

*Discovery Italia è leader nell’intrattenimento di qualità con un portfolio multiplatforma di 12 canali e 3 servizi Ott, Dplay, Eurosport Player e GOLFTV. Gli 8 canali free to air (NOVE, Real Time, DMAX, Giallo, MOTOR TREND, Food Network, K2 e Frisbee) e i 4 canali pay (Discovery Channel, Discovery Science Eurosport 1 ed Eurosport 2 disponibili su Sky) raggiungono una share complessiva del 7%. Dal gennaio 2017 Eurosport è ufficialmente la Casa dei Giochi Olimpici in Europa.*

### **Per ulteriori informazioni:**

Adriano Baioni | Corporate & Sport Communication Senior Manager | E-mail: [adriano\\_baioni@discovery.com](mailto:adriano_baioni@discovery.com)

Daniela Capra | Communication Senior Executive | E-mail: [daniela\\_capra@discovery.com](mailto:daniela_capra@discovery.com)

[www.discovery-italia.it](http://www.discovery-italia.it) | [@DiscoveryItalia](https://twitter.com/DiscoveryItalia)