



## **MediaWorld porta la propria “brand experience” a Sanremo, dentro Casa Kiss Kiss e all’interno della Casa di chi suona di Bontempi, per celebrare musica, talento e innovazione**

*Corner dedicati a **PEAQ by Robbie Williams**, attivazioni live e una strategia di amplificazione media*

*e social insieme a Rai Pubblicità e Bontempi: la tecnologia diventa esperienza nel contesto più iconico della musica italiana*

**Verano Brianza (MB), 24 febbraio 2026** – MediaWorld rafforza il proprio legame con il mondo della musica e annuncia la partecipazione alle attività territoriali a Sanremo durante la settimana della kermesse musicale, attraverso un presidio esperienziale a Casa Kiss Kiss in Piazzale Vesco che unisce partnership, attivazioni sul territorio e contenuti. Un impegno che si inserisce nel percorso di evoluzione del brand come **Experience Champion**, con l’obiettivo di trasformare la tecnologia in un’esperienza sempre più coinvolgente, accessibile e connessa alle passioni delle persone.

La presenza a Sanremo è pensata per valorizzare, in modo naturale e coerente con il contesto del Festival, la linea di prodotto a marchio proprietario **PEAQ by Robbie Williams** – accessori e soluzioni audio pensati per accompagnare gli appassionati di musica – e per consolidare una traiettoria che MediaWorld ha avviato nell’ultimo anno con progetti nel mondo della musica e del talento, tra cui le collaborazioni con **Italia’s Got Talent** e **X Factor**.

### **La partnership con Radio Kiss Kiss**

Il presidio principale è legato alla partnership con **Radio Kiss Kiss**: MediaWorld sarà presente per tutta la settimana con un **corner dedicato a PEAQ** all’interno di **Casa Kiss Kiss**, spazio di incontro per artisti, talent e partner con accesso regolato, in un contesto che negli anni si è affermato come piattaforma di contenuti, relazioni e intrattenimento durante la settimana sanremese.

Accanto alla presenza indoor, è prevista anche una visibilità all’interno del **Kiss Kiss Village**, area esterna aperta al pubblico durante il giorno, con brand presence nel perimetro dei partner. Nel palinsesto del villaggio è inoltre previsto un momento dedicato ai main sponsor: **sabato 28 febbraio alle ore 12:20**, MediaWorld avrà uno spazio sul palco per un momento live di engagement, condotto dagli speaker **Marco e Raf**.

L’amplificazione delle attività sarà curata direttamente da MediaWorld attraverso i propri canali social, con contenuti dedicati sia dal corner interno di Casa Kiss Kiss – anche grazie al coinvolgimento di creator invitati a vivere l’esperienza – sia dal momento live all’interno del Village.

### **La partnership con Bontempi: la Casa della Musica**

Oltre a Kiss Kiss, MediaWorld sarà presente anche all’interno della **Casa di chi suona di Bontempi**, storica azienda italiana che dal 1937 avvicina i più giovani alla musica con strumenti accessibili e innovativi. La collaborazione – avviata a fine dello scorso anno – trova a Sanremo un momento di ulteriore valorizzazione, con un **corner MediaWorld** dedicato alla dimensione audio e più in generale al mondo dei prodotti **PEAQ**, all’interno di uno spazio pensato per produzione di contenuti e interviste a personaggi esclusivi.

Le attività saranno ulteriormente valorizzate attraverso un’amplificazione social sui canali di **Bontempi e MediaWorld**, per estendere la visibilità dell’esperienza oltre la presenza onsite.

### **Amplificazione media**



Per dare continuità al racconto del brand PEAQ e amplificare ulteriormente l'experience e le attività on site su Sanremo, Mediaworld pianificherà parallelamente una strategia video e audio articolata nel presidio multidevice e multiplatforma di RaiPlay e Vevo con la collaborazione di Rai Pubblicità, nella creazione di citazioni radiofoniche nei principali programmi dell'emittente Kiss Kiss e infine in un circuito di videowall posti nei punti di maggior passaggio nel cuore della città.

*“Sanremo rappresenta un momento iconico della cultura italiana e un'opportunità straordinaria per esprimere il nostro legame con la musica. Per MediaWorld, esserci significa trasformare la tecnologia in esperienza e rendere il percorso d'acquisto sempre più coinvolgente e significativo, in linea con il nostro ruolo di Experience Champion.”* Dichiarò **Francesco Sodano, Marketing Director di MediaWorld.**

## **MediaWorld – Credits**

Marketing Director: **Francesco Sodano**  
Brand & ATL Media Department Head: **Mauro Miccoli**  
Senior ATL media buying Specialist: **Luca Mondo**  
Brand & Sponsorship Team Lead: **Mattia Alberto De Marco**  
Sponsorship Marketing Jr. Specialist: **Alessia Bertonasco**  
Brand Marketing Specialist: **Erica Oltolini**  
Trade Marketing Department Head: **Francesca Gatti**  
Trade Marketing Manager & “Own Brands” Project Leader: **Giovanni Gualco**  
Senior Trade Marketing Specialist: **Debora Gorla**  
Content Marketing Department Head: **Margherita Dongiovanni**  
Art Direction Manager: **Fernando Conti**  
Off-line Content Manager: **Andrea Petoletti**  
Social Media Specialist: **Giulia Casiraghi**

## **MediaWorld**

*MediaWorld, azienda leader nel settore dell'elettronica di consumo e dei servizi ad essa correlati, è presente in Italia dal 1991. Nel corso degli anni, ha costruito una rete estesa di negozi su tutto il territorio nazionale, che si è poi integrata con la presenza digitale di sito e App per offrire un'esperienza omnicanale completa. Parte di MediaMarktSaturn Retail Group (CECONOMY AG), MediaWorld sta evolvendo da rivenditore di prodotti a piattaforma omnicanale di servizi attraverso il concept “Experience Electronics” e opera per offrire ai clienti un'esperienza personalizzata, con un portfolio completo che include anche i marchi propri PEAQ, KOENIC, ISY e ok.*

## **Ufficio stampa MediaWorld**

### **MSL Italia**

Chiara Pitzalis - [chiara.pitzalis@mslgroup.com](mailto:chiara.pitzalis@mslgroup.com) | 3409147181  
Federica Serpellini - [federica.serpellini@mslgroup.com](mailto:federica.serpellini@mslgroup.com) | 3472438287  
Gilda Vicendone - [gilda.vicendone@mslgroup.com](mailto:gilda.vicendone@mslgroup.com) | 3337684284