



MediaWorld on air con la campagna e la promo “A San Valentino regala momenti che durano per sempre”

Verano Brianza, 03 febbraio 2025 – MediaWorld, l'Experience Champion del settore dell'elettronica, lancia la campagna di San Valentino **“I love tech – la tecnologia che ti fa innamorare!”**, on air dal 31 gennaio al 14 febbraio. Quest'anno, inoltre, MediaWorld rivoluziona il concetto di regalo per San Valentino, trasformandolo in un'esperienza unica e indimenticabile. L'obiettivo? Ispirare regali che creino esperienze memorabili, lasciando un segno duraturo nel cuore di chi li riceve. Perché San Valentino non è più solo una giornata di cuori e cioccolatini, ma momenti da vivere e ricordare a lungo. Per questo, MediaWorld propone di trasformare il classico regalo in un'esperienza che dura nel tempo e di fare della tecnologia il simbolo dell'amore, con prodotti innovativi, originali e pensati per sorprendere.

La promozione e i set LEGO® Botanicals

Dal 1° al 14 febbraio, in negozio e online sarà attiva la promozione "I love tech – la tecnologia che ti fa innamorare!" che offre la possibilità di ricevere un set LEGO® Botanicals acquistando fra una selezione di prodotti in promozione. A seconda del prodotto acquistato, i clienti potranno ricevere un set perfetto per aggiungere un tocco naturale e ravvivare qualsiasi ambiente: un “Albicocco Giapponese” o un “Bouquet di rose rosse”. La collezione LEGO Botanicals offre un'esperienza di costruzione rilassante e immersiva, pensata per trasformare un semplice gesto, come regalare un fiore, in un momento di connessione autentica.

La campagna di comunicazione

Lo spot, on air dal 31 gennaio, sviluppa il concept: *“A San Valentino puoi fare regali che svaniscono in fretta, o creare momenti che durano per sempre (grazie alla tecnologia MediaWorld e all'abbinata con i set LEGO® Botanicals)”*. La campagna media omnicanale è basata su una rilevante video strategy e inizierà dal 31 gennaio con la partenza sulle principali emittenti TV e CTV. Parallelamente dal 1° febbraio, lato digital, l'asset video verrà veicolato in particolare su YouTube e sui network di Seedtag e di Cognitive. Da evidenziarsi il presidio verticale nella settimana Sanremese su contenuti in diretta e on demand sulle piattaforme di RaiPlay e canali YouTube e Vevo.

Sui social, MediaWorld rilancerà i temi di campagna anche tramite un'attivazione con il collettivo **The Jackal**, con focus su **San Valentino** e su **Sanremo**, facendo leva sul servizio Pickup 30 min. È prevista anche una puntata di *Let's Talk* condotta da **Bryan Box** sul tema *“Come si custodisce un ricordo? Come ci aiuta la tecnologia? E la musica? Quante canzoni d'amore ci ricordano una persona o un giorno speciale?”*

Nei punti vendita MediaWorld, materiale POP (rotair, espositori in bold entrance, banner totem, flags) e digital signage supporteranno la campagna. Inoltre, il Tech Village di Milano Certosa, dove è presente un corner dedicato al brand danese, è caratterizzato per l'occasione da un display iconico legato alla collezione di fiori e piante **LEGO Botanicals**.

“Il soggetto della campagna di San Valentino e l'accurata scelta della promozione set LEGO Botanicals, ribadiscono il posizionamento di MediaWorld come Experience Champion. La nostra intenzione è caratterizzare l'offerta non solo tramite prodotti strettamente tecnologici, ma anche attraverso soluzioni complete e sempre più personalizzate che regalano emozioni ai nostri clienti sulla base delle loro passioni e preferenze”. Afferma Francesco Sodano Marketing Director MediaWorld “La campagna omnicanale che abbiamo studiato è strutturata per coinvolgere un pubblico trasversale e, grazie ad accurati adattamenti, cavalcherà anche l'onda di Sanremo, evento mediatico per eccellenza nel panorama nazionale e località da sempre nota per essere la Città dei Fiori”.



Saatchi & Saatchi e Tempomedia Filmproduktion GmbH sono state coinvolte nella realizzazione della campagna. Armando Testa Studios nell'adattamento creativo per l'integrazione con i set e il brand LEGO, mentre la strategia e pianificazione media sono a cura di Starcom, la media agency di Publicis Groupe.

La campagna è disponibile al seguente link:

Soggetto istituzionale: https://youtu.be/DSrk9b_0ARM

Landing page campagna: <https://www.mediaworld.it/it/campaign/san-valentino>

MediaWorld

Prima catena di elettronica di consumo in Europa con oltre 1000 megastore, MediaMarktSaturn Retail Group opera in Italia con l'insegna MediaWorld, leader di settore nel Paese. Attualmente MediaWorld è presente con 139 punti vendita collocati su tutto il territorio nazionale e con il sito www.mediaworld.it

Credits MediaWorld

Marketing Director: Francesco Sodano

Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli

Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco

Brand Management Specialist: Erica Oltolini

ATL Media Senior Specialist: Luca Mondo

Trade Marketing Department Head: Francesca Gatti

Trade Marketing Sr. Specialist: Elisa Mirabella e Giovanni Gualco

Digital Marketing Department Head: Davide Rossi

Digital Marketing Manager: Carmen D'Ambrosio

Content Marketing Department Head: Margherita Dongiovanni

Art Direction Manager: Fernando Conti

Off-line Content Manager: Andrea Petoletti

Social Media Specialist: Giulia Casiraghi

CRM & Loyalty Department Head: Matteo Scianni

Contatti Ufficio Stampa Burson Global per MediaWorld

Gioele Grisetti gioele.grisetti@bcw-global.com