

## MediaWorld accende la stagione dei grandi eventi sportivi con la nuova campagna “La tecnologia scende in campo”

*Intrattenimento, tecnologia e offerte speciali al centro delle nuove promo*

[Link](#) al video di campagna qui

Milano, 19 maggio 2026 – In occasione della stagione dei grandi eventi calcistici internazionali, MediaWorld lancia “**La tecnologia scende in campo**”, una nuova campagna omnicanale pensata per accompagnare i consumatori verso un’esperienza di intrattenimento domestico sempre più immersiva e connessa.

La campagna, sviluppata a livello internazionale da **Saatchi & Saatchi** e adattata per il mercato italiano insieme ad **Armando Testa**, sarà supportata da una pianificazione integrata su TV, Connected TV, digital, social e touchpoint retail.

Dal tone of voice ironico e distintivo, il concept valorizza la forza delle offerte MediaWorld attraverso un racconto creativo leggero, immediato e costruito con il supporto dell’intelligenza artificiale generativa. Nello spot, una romantica dichiarazione d’amore viene interrotta dall’irresistibile richiamo di uno schermo TV esposto nella vetrina MediaWorld, una scena semplice e riconoscibile che traduce in chiave pop l’impatto delle offerte del brand.

Al centro della prima wave promozionale, anche un’iniziativa dedicata al comparto TV: **fino al 31 maggio**, i clienti che acquisteranno una selezione di televisori aderenti all’iniziativa riceveranno in omaggio un **visore Meta Quest del valore commerciale di circa 360 euro**, con l’obiettivo di offrire un’esperienza di visione ancora più coinvolgente e immersiva.

“*Gli eventi sportivi internazionali continuano a rappresentare un momento chiave per il mercato dell’elettronica di consumo e per i nostri clienti*”, commenta **Francesco Sodano, Marketing Director di MediaWorld**. “*Con questa campagna vogliamo presidiare il momento con un ecosistema di comunicazione integrato, capace di unire awareness, performance e innovazione, valorizzando al tempo stesso nuove modalità di fruizione dell’intrattenimento domestico*”.

La strategia media prevede un presidio rilevante dei principali eventi sportivi del periodo, tra cui l’ultima giornata della **Serie A di calcio** e i **playoff LBA di basket**, con una forte presenza televisiva e particolare visibilità dedicata ai soggetti creativi focalizzati sul bundle TV + visore.

Sul fronte Connected TV, la campagna coinvolgerà i principali player del mercato e includerà anche una pianificazione mirata su **Samsung Ads**, con un’attività dedicata ai possessori di Smart TV Samsung 2016-2021, pensata per stimolare il rinnovo del dispositivo.

La pianificazione digital accompagnerà invece tutte le fasi del funnel - dall’awareness alla conversione - attraverso un ecosistema integrato di video strategy, social media, native advertising e performance marketing, con attivazioni su editori premium, piattaforme social e soluzioni data-driven.

La pianificazione media e l’attivazione omnicanale sono state sviluppate in collaborazione con **Starcom**, agenzia del gruppo Publicis.

Con questa nuova campagna, MediaWorld continua il percorso di evoluzione del proprio media mix verso modelli sempre più integrati e digital-first, con una crescente centralità del retail media all’interno della strategia di comunicazione del brand.

**Credits MediaWorld**

Marketing Director: Francesco Sodano  
Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli  
Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco  
Brand Marketing Specialist: Erica Oltolini  
Trade Marketing Department Head: Francesca Gatti  
Trade Marketing Senior 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

### **Credits Armando Testa**

Direzione creativa esecutiva: Nicola Cellemme, Georgia Ferraro  
Team creativo: Lorenzo Blangiardo, Maria Meioli  
Head of client service Milano: Emanuele Cicogna Mozzoni  
Client Service: Arianna Cipolloni, Adriana Delle Donne

\*\*

### **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 | 3409147181  
Federica Serpellini - federica.serpellini@mslgroup.com | 3472438287  
Gilda Vicendone - gilda.vicendone@mslgroup.com | 3337684284