

## MEDIAWORLD, NUOVO MAIN SPONSOR DI CAMPIONATO DELL'OLIMPIA MILANO: AL VIA UNA PARTNERSHIP ALL'INSEGNA DI SPORT, TECNOLOGIA E PASSIONE

Milano 10 settembre 2024 – MediaWorld, l'experience champion nel mercato dell'elettronica di consumo, diventa Main Sponsor dell'Olimpia Milano nelle gare di Lega basket Serie A. Una partnership strategica che unisce due leader nei rispettivi settori, accomunati dalla passione per l'eccellenza, l'innovazione e la vicinanza al grande pubblico al quale, sul campo, in store e online regalano quotidianamente esperienze memorabili.

La sinergia fra MediaWorld e Olimpia Milano, realtà accomunate da aspetti valoriali fondanti, si esprime inoltre anche visivamente. Il bianco e il rosso di MediaWorld si fondono con quelli dell'Olimpia Milano in un connubio perfetto. Lo sponsor MediaWorld, sulla maglia dell'Olimpia, non sarà un semplice logo, ma un elemento grafico che si integra armoniosamente, esaltando i colori sociali e rendendo la divisa ancora più bella e accattivante. Un'unione di stile che sottolinea la forza di questa partnership.

*"Siamo entusiasti di annunciare questa partnership con l'Olimpia Milano, la squadra di basket più titolata e amata d'Italia."* Ha dichiarato **Guido Monferrini, AD di MediaWorld**. *"Condividiamo con il club valori fondamentali come la passione, la dedizione e la ricerca costante dell'eccellenza. Siamo certi che questa collaborazione ci permetterà di raggiungere nuovi traguardi insieme, offrendo a tifosi e clienti esperienze uniche e coinvolgenti in campo e fuori campo."*

L'accordo, di durata pluriennale, vedrà il brand MediaWorld campeggiare sulle maglie del campionato italiano della squadra meneghina a partire dalla stagione 2024/25. Un connubio vincente che porterà il nome di MediaWorld sui parquet di tutta Italia. Inoltre, il brand MediaWorld sarà presente su tutti i materiali di comunicazione dell'Olimpia Milano e all'interno del Forum durante tutte le partite della Regular Season Campionato ed Eurolega, eventuali Playoff di Campionato e di Eurolega.

*"Siamo felici di accogliere MediaWorld nella nostra famiglia."* Ha dichiarato **Christos Stavropoulos, General Manager dell'Olimpia Milano**. *"Oltre ad essere un brand prestigioso, MediaWorld condivide con noi gli stessi valori e lo stesso desiderio di essere all'avanguardia, moderni e vicini alla gente. Collaboreremo insieme per continuare a crescere sia in campo che fuori."*

### Una collaborazione che va oltre la sponsorship

La partnership tra MediaWorld e Olimpia Milano, oltre alla visibilità di brand, verrà amplificata attraverso un ampio ventaglio di iniziative esperienziali che testimoniano la portata della collaborazione a favore di una target audience ampiamente sovrapponibile in termini sociodemografici. Fra queste: match tickets e VIP experience che entreranno nei programmi loyalty e in quelli a premi MediaWorld, sviluppo di prodotti co-branded, attività all'interno dello stadio come "half time show", "moment of the match" e "man of the match", eventi speciali, contenuti

interattivi sui social di entrambi gli attori e visibilità in store nell'ampia rete di oltre 130 punti vendita MediaWorld.

### **I numeri della partnership**

La partnership tra MediaWorld e Olimpia Milano, sesto club sportivo in Italia e primo nella categoria Basket, con una fan base di un milione di tifosi, godrà di una visibilità straordinaria e omnicanale, grazie alla portata capillare di entrambi i brand. La sinergia tra la presenza online e offline di MediaWorld e l'enorme seguito dell'Olimpia Milano, sia a livello nazionale che internazionale, garantirà una diffusione senza precedenti. Ecco alcuni numeri che testimoniano l'ampiezza di questa partnership:

- **90 milioni di visitatori unici on line su sito MediaWorld all'anno**
- **65 milioni di visitatori degli store MediaWorld all'anno**
- **Più di 33 milioni di spettatori live e TV durante le partite di campionato**
- **Più di 123 milioni di spettatori, considerando anche la visibilità internazionale garantita dall'Eurolega.**

In aggiunta a questi numeri impressionanti, la partnership raggiungerà un'audience potenziale ancora più ampia, includendo oltre a tutti i clienti e contatti MediaWorld e tifosi dell'Olimpia Milano, gli oltre 15.000 giovani coinvolti nell'Armani Junior Program che promuove il basket ed i suoi valori sul territorio nazionale. Questo aspetto si integra perfettamente all'impegno pluriennale di MediaWorld a supporto dei giovani che va dalla promozione delle materie STEM con il progetto "Tech is Woman" alla dotazione di prodotti tecnologici alle scuole con il progetto "MediaWorld Lab": pilastri fondamentali delle iniziative di responsabilità sociale d'impresa dell'azienda.

### **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 131 punti vendita collocati su tutto il territorio nazionale e con il sito [www.mediaworld.it](http://www.mediaworld.it)*

### **Contatti Ufficio Stampa MediaWorld**

Gioele Grisetti – [gioele.grisetti@bcw-global.com](mailto:gioele.grisetti@bcw-global.com) – 329 848 6521