

LET'S WOW!
MEDIAWORLD E ARMANDO TESTA CELEBRANO I 35 ANNI DEL BRAND
LEADER DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO

[*Link al film*](#)

Verano Brianza, 5 ottobre 2026 - Dal primo punto vendita MediaWorld aperto a Curno nel 1991 a oggi, sono passati **35 anni**. Oggi il brand celebra questo importante traguardo con un progetto sviluppato insieme al Gruppo Armando Testa, **35° anniversario Let's Wow!** che ha preso vita attraverso una nuova campagna, un film, attivazioni instore per partner e clienti e un evento dedicato. Il cuore del progetto è **l'idea delle prime volte**: quei momenti in cui l'incontro con una nuova tecnologia apre possibilità inattese e lascia un'emozione destinata a restare.

Il **film celebrativo ideato dall'agenzia Armando Testa** è un **viaggio dal 1991 a oggi** attraverso l'emozione delle prime volte vissute dalle persone, intrecciate alla presenza di MediaWorld nelle loro vite, e racconta come il brand abbia accompagnato generazioni alla scoperta di possibilità e modi sempre nuovi di vivere la tecnologia.

Come recita la chiusura del film: **"Per regalarti l'emozione della prima volta, ogni volta. Noi ci siamo, da 35 anni."**

Il concept vive anche oltre il film. Il Gruppo Armando Testa ha infatti firmato l'identità visiva del 35° anniversario sviluppando il logo celebrativo ma anche materiali punto vendita, flyer, contenuti ad hoc digital e social, dando vita a un linguaggio unico capace di accompagnare tutte le iniziative dedicate all'anniversario e di raccontare, con coerenza, la storia di un brand che evolve, per continuare ad essere sempre rilevante nella vita delle persone.

Il progetto ha visto lavorare in grande sinergia l'agenzia, insieme ad AT Design per la creazione del logo e AT Studios per la produzione del film.

*«Per celebrare questo importante traguardo abbiamo scelto una campagna a forte vocazione video, pensata per raccontare non soltanto l'evoluzione della tecnologia, ma soprattutto **le emozioni che la tecnologia ci ha fatto vivere in questi 35 anni**. Perché la storia di MediaWorld non è fatta solo di negozi, prodotti o campagne: è fatta soprattutto di persone e delle loro prime volte. **Il primo televisore, il primo computer, il primo smartphone, la prima console, la tecnologia scelta per la prima casa**. Dal 1991 abbiamo accompagnato milioni di italiani in tanti di questi momenti e, molto spesso, MediaWorld era lì con loro. Da questa idea nasce il film realizzato con **Armando Testa**: un viaggio attraverso 35 anni di una storia condivisa, costruita intorno ai "primi momenti" vissuti insieme ai nostri clienti. **Sono cambiate le tecnologie, siamo cambiati noi, ma MediaWorld ha continuato a esserci**. La campagna vivrà attraverso un ecosistema integrato di **TV, Connected TV, Online Video e Social Media**, con formati pensati per amplificarne l'impatto emotivo e raggiungere le persone nei diversi touchpoint. Il racconto prenderà il via nella prima settimana di ottobre e ci accompagnerà fino al **24 ottobre**, una data particolarmente significativa per noi, perché coincide con l'anniversario dell'apertura del nostro primo punto vendita in Italia, a Curno. Ma il 35° Anniversario non si fermerà qui: **da gennaio 2027 si aprirà un nuovo capitolo della campagna**, con una seconda wave e nuove modalità attraverso cui continuare a raccontare e celebrare questo percorso insieme ai nostri clienti»*, ha commentato **Francesco Sodano, Marketing Director di MediaWorld**.



«Quando è stata l'ultima volta che hai fatto qualcosa per la prima volta? È la domanda che apre il film e racchiude il cuore del progetto: le prime volte ci cambiano, ma spesso ce ne accorgiamo solo dopo. Volevamo riportare l'attenzione proprio su quell'emozione, su quell'istante in cui qualcosa entra per la prima volta nella nostra vita», aggiunge Georgia Ferraro, Direttore Creativo Esecutivo di Armando Testa.

«Raccontare 35 anni di MediaWorld significava ritrovare tanti di quegli istanti e il senso di meraviglia che li accompagna. Perché il wow nasce proprio lì: quando qualcosa di nuovo ci sorprende abbastanza da restare», conclude Nicola Cellemme, Direttore Creativo Esecutivo di Armando Testa.

Il film celebrativo, con la regia di **Paolo Monico**, è on air a partire da ottobre con una pianificazione multicanale che coinvolgerà TV, piattaforme digital e social. La campagna total video, declinata nei formati da 60", 30" e 15", prevede una reach del 75% sul target socio-demografico, oltre 300 GRP e 60 milioni di impression.

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

Le celebrazioni si estenderanno anche ai punti vendita attraverso **promozioni e iniziative dedicate al 35° anniversario, tra cui Sottocosto 35°, insieme ad attivazioni ed esperienze come le Red Zone nei Tech Village**. Il programma proseguirà anche attraverso iniziative digital e social, appuntamenti dedicati al mondo gaming e momenti di coinvolgimento per partner e collaboratori MediaWorld.

CREDITS

MediaWorld

Marketing Director: Francesco Sodano
Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli
Senior ATL media buying Specialist: Luca Mondo
Digital Marketing Department Head: Davide Rossi
Digital Marketing Manager: Carmen D'Ambrosio
Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco
Sponsorship Marketing Specialist: Alessia Bertonasco
Brand Marketing Specialist: Erica Oltolini
Content Marketing Department Head: Margherita Dongiovanni
Art Direction Manager: Fernando Conti
Off-line Content Manager: Andrea Petoletti
Social Media Specialist: Giulia Casiraghi

Armando Testa

Agenzia: Gruppo Armando Testa
Executive Creative Director: Georgia Ferraro, Nicola Cellemme
Creative Supervisor: Maria Meioli, Lorenzo Blangiardo
Head of Client Service Milano: Emanuele Cicogna Mozzoni
Team account: Arianna Cipolloni, Adriana Delle Donne
Team graphic design: Vittoria Fava, Dario Trigiani
CDP: AT Studios
Director: Paolo Monico
DOP: Luca Esposito



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@msslgroup.com | 3409147181

Federica Serpellini - federica.serpellini@msslgroup.com | 3472438287

Gilda Vicendone - gilda.vicendone@msslgroup.com | 3337684284