

MEDIAWORLD, "EXPERIENCE CHAMPION" DELL'ELETTRONICA, È OFFICIAL PARTNER DELLA NUOVA STAGIONE DI X FACTOR

Prosegue la strategia di visibilità qualificata in contesti ad alto coinvolgimento e contenuto emozionale. A sostegno del progetto una pianificazione ad hoc e un concorso a premi che vede protagoniste le private label PEAQ e KOENIC con particolare focus sulla linea audio PEAQ by Robbie Williams.

Verano Brianza (MB), 9 settembre 2025 – MediaWorld, in qualità di "Experience Champion" nel settore dell'elettronica, non si limita a offrire prodotti all'avanguardia, ma si impegna a creare un'esperienza d'acquisto completa, fatta di consulenza esperta, veicolando le nuove tecnologie attraverso iniziative memorabili ad alto tasso emozionale. Ed è proprio secondo questa filosofia che **MediaWorld annuncia di essere Official Partner di X Factor 2025**, il pluripremiato show Sky Original prodotto da Fremantle.

Per la valorizzazione della partnership - realizzata grazie a Sky Brand Solutions, dipartimento di Sky Media, insieme a Fremantle - **MediaWorld ha studiato una strategia omnicanale costituita da iniziative integrate e ad alta visibilità** in grado di amplificare il portato valoriale del brand, creare coinvolgimento del pubblico online e nei 144 negozi presenti in tutta Italia e, non da ultimo, **dare evidenza ai marchi propri KOENIC e PEAQ, con particolare riferimento alla linea di prodotti audio PEAQ by Robbie Williams**, icona della musica pop a livello globale nonché incarnazione di quell'X Factor che i giudici ricercano nei concorrenti che animeranno l'edizione 2025 attesa dall'11 settembre su Sky e in streaming su NOW.



La coerenza con il contesto di X Factor sarà amplificata da un'intensa attività di product placement: i prodotti KOENIC, grandi e piccoli elettrodomestici, puntano sulla qualità senza compromessi, per chi desidera una casa moderna, pratica e funzionale e PEAQ, TV, audio e tablet, per un'esperienza

tecnologica immersiva e di alta qualità, che saranno presenti in aree ad alta visibilità integrandosi in maniera del tutto naturale all'interno degli ambienti dove vivranno i concorrenti: loft e lounge. In particolare, i prodotti PEAQ by Robbie Williams saranno protagonisti di uno "speciale unboxing" da parte dei 12 concorrenti selezionati per la fase dei Live che riceveranno in premio un prodotto audio della linea creata con Robbie (annunciata lo scorso 31 marzo).

Inoltre, il giorno successivo ai Live - in onda il giovedì sera a partire dal 23 ottobre - gli artisti eliminati ogni settimana saranno ospiti nei MediaWorld Studios, situati nel Tech Village di Milano Certosa, dove verranno intervistati dall'host Bryan Box - noto speaker radiofonico - per commentare la loro esperienza all'interno del programma e i loro progetti futuri. Queste interviste saranno poi diffuse sui canali social di MediaWorld.

Infine, a sostegno del piano, MediaWorld lancia il concorso "Vinci la Finale di X Factor" rivolto a tutti i clienti che acquisteranno un prodotto a marchio PEAQ o KOENIC dal 22 settembre al 22 novembre.



Il concorso sarà il fulcro di una campagna di awareness e activation ad hoc, con asset declinati su tutti i touchpoint digitali (online, social e CRM) e fisici di MediaWorld (vetrine, corner e allestimenti POP nei negozi). **Questa campagna** non solo promuoverà la dinamica del concorso, ma **darà anche grande visibilità ai prodotti a marchio proprio con un'enfasi particolare sulla gamma audio PEAQ by Robbie Williams, sviluppata in collaborazione con l'artista.**

Tutti coloro che acquisteranno prodotti PEAQ o KOENIC sul sito mediaworld.it o in uno dei 144 negozi MediaWorld, riceveranno un codice (a scontrino o via e-mail). **Registrando il codice su**

club.mediaworld.it si potrà partecipare all'estrazione di 5 coppie di accrediti per la grandiosa finale di X Factor, che si riconferma in esterna in Piazza del Plebiscito a Napoli il 4 dicembre.

Dunque, un piano marketing su più livelli integrati che amplificherà le iniziative di engagement e visibilità che MediaWorld porta "sul palco di X Factor".



"La decisione di diventare Official Partner di X Factor 2025 va ben oltre una semplice sponsorizzazione, è una scelta strategica che si basa su una condivisione di valori e sulla comune volontà di offrire strumenti e opportunità per esprimere al meglio il proprio potenziale e il proprio talento." commenta **Francesco Sodano, Marketing Director MediaWorld**. *"Questa partnership, inoltre, rappresenta un'occasione unica per dare visibilità ai nostri marchi privati PEAQ e KOENIC, e in particolare alla gamma audio PEAQ by Robbie Williams, in un contesto di assoluta coerenza e nei confronti di un target trasversale e altamente ricettivo. Vogliamo che i nostri clienti vivano la musica e la tecnologia con la stessa passione che anima X Factor."*

A completamento della strategia, **oltre all'attivazione coordinata di tutti i touchpoint fisici e digitali MediaWorld, sarà intensificata la presenza ADV su Sky e TV8, con una frequenza mirata a partire dalle Live session fino alla finalissima in Piazza del Plebiscito, garantendo massima visibilità e coinvolgimento su TV lineare, CTV, addressable e video digital&social,**

ove è fruibile X Factor. La pianificazione media sarà a cura di Starcom, la media agency di Publicis Groupe.

Maggiori informazioni sono disponibili al link: <https://www.mediaworld.it/it/specials/xfactor>

In coerenza con quanto annunciato lo scorso 17 luglio, **in occasione dell'attivazione della partnership dell'App di Italia's Got Talent, la strategia di valorizzazione del talento prosegue anche con X Factor, consolidando un percorso strategico di engagement in costante sviluppo che rafforza ulteriormente il posizionamento di MediaWorld e la sua visibilità qualificata omnichannel.**

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 144 punti vendita collocati su tutto il territorio nazionale e con il sito www.mediaworld.it

Credits MediaWorld

Chief Operating Officer: Vittorio Buonfiglio

Marketing Director: Francesco Sodano

Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli

Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco



Sponsorship Marketing Jr. Specialist: Alessia Bertonasco

ATL Media Senior Specialist: Luca Mondo

Trade Marketing Department Head: Francesca Gatti

Trade Marketing Sr. Specialist & "Special Partnerships" Project Leader: Debora Gorla

Trade Marketing Manager & "Own Brands" Project Leader: 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 MediaWorld

Gioele Grisetti – gioele.grisetti@bursonglobal.com – 329 848 6521