



MediaWorld lancia la campagna SOTTOCOSTO con “Offerte che Ruggiscono”, in collaborazione con Disney, e un nuovo concorso a premi in occasione dell’uscita del film “Mufasa: Il Re leone”, al cinema dal 19 dicembre.

Verano Brianza, 04 dicembre 2024 – Con l’approssimarsi del Natale, Disney è pronta a regalare emozioni al cinema con l’attesissimo "Mufasa: Il Re Leone", in sala dal 19 dicembre. Per l'occasione, **MediaWorld**, l'Experience Champion dell'elettronica di consumo, **rinnova la partnership con Disney**, legando il proprio brand al nuovo film.

L'iniziativa MediaWorld prevede due attivazioni distinte: la **campagna omnichannel** legata alla promozione SOTTOCOSTO attiva dal 6 al 15 dicembre e **un concorso a premi**, valido dal 6 al 30 dicembre, che mette in palio **40 biglietti per il film ogni giorno**.

Partecipare all'estrazione dei biglietti è semplice e non richiede alcun acquisto. I possessori di carta MediaWorld CLUB e i nuovi iscritti, potranno tentare di vincere uno dei 40 biglietti in palio ogni giorno per vedere il film Disney “Mufasa: Il Re Leone” attraverso un meccanismo di Instant win accessibile esclusivamente tramite APP MediaWorld.

La campagna prevede, a partire dal 4 dicembre, una rilevante video & audio strategy con un approccio cross-channel e un’importante visibilità giornaliera sulle principali emittenti televisive, radiofoniche e di streaming (compresa la piattaforma di Disney +). Il piano media include anche attivazioni lato digital con strategie ad alto impatto visivo con formati domination e display e dei formati legati all'obiettivo drive to website; a questo si aggiunge un presidio sui social, sia con attivazioni video che con attivazioni statiche. La campagna è anche supportata da Newsletter, SMS/RCS e push notifications.

"Siamo entusiasti di collaborare nuovamente con Disney e di farlo in occasione del lancio di 'Mufasa: il Re Leone', un film trasversale, transgenerazionale, capace di emozionare grandi e piccini. Affiancare il nostro brand a un film che offrirà ai vincitori un'esperienza indimenticabile risulta, dunque, un'iniziativa strategica ed estremamente in linea con i valori di democratizzazione della tecnologia e inclusività che ci guidano."
dichiara Vittorio Buonfiglio, COO di MediaWorld

Francesco Sodano - Direttore Marketing MediaWorld - aggiunge: *“La scelta del media mix si caratterizza per una forte sinergia fra i mezzi, con l’obiettivo di assecondare gli stili di fruizione eterogenei che caratterizzano il pubblico. La scelta di legare i reward del concorso alla sottoscrizione della card gratuita MediaWorld CLUB e all’utilizzo della APP MediaWorld, risulta perfettamente in linea con il posizionamento da “Experience Champion” di MediaWorld e del suo CLUB, che si caratterizza per meccanismi premiali proprio basati su esperienze memorabili come la visione del nuovo capolavoro Disney”.*

La campagna è disponibile al seguente link <https://youtu.be/-Ux4dCvx8TQ?feature=shared>

Il regolamento completo sarà disponibile dalla partenza del concorso sul sito www.mediaworld.it

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 Sr. Specialist: Mattia Alberto De Marco
Brand Management Jr. Specialist: Erica Oltolini
Trade Marketing Sr. Specialist: Debora Gorla
ATL Media Senior Specialist: Luca Mondo
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

Credits della Campagna

Agenzia: Gruppo Armando Testa
Direzione creativa esecutiva: Georgia Ferraro, Nicola Cellemme
Team creativo: Lorenzo Blangiardo, Maria Meioli
Team account: Emanuele Cicogna Mozzoni, Arianna Cipolloni, Adriana Delle Donne
Casa di produzione: AT Studios

Contatti Ufficio Stampa Burson Global per MediaWorld

BCW

Gioele Grisetti gioele.grisetti@bcw-global.com