

"Dai alla tecnologia una seconda possibilità"
MediaWorld lancia la sua prima campagna sull'economia circolare con protagonista Jürgen Klopp

Ogni dispositivo merita una seconda possibilità e può regalare esperienze memorabili a chi lo utilizza. È on air la prima campagna dedicata alle iniziative di economia circolare, quali: i servizi di ritiro e valutazione dell'usato, l'offerta di prodotti ricondizionati, la riparazione express di cellulari e smartphone, l'applicazione di pellicole protettive, lo smaltimento corretto di apparecchiature elettriche/elettroniche e l'estensione della garanzia, parte integrante del Progetto Circularity di MediaWorld.

*Verano Brianza (MB), 15 aprile 2025 – MediaWorld, Experience Champion del settore dell'elettronica di consumo, parte del Gruppo MediaMarktSaturn, lancia la sua **prima campagna internazionale dedicata all'economia circolare** che vede come protagonista il brand ambassador e icona internazionale del calcio, l'allenatore **Jürgen Klopp**.*

MediaWorld, nell'ambito della sua evoluzione verso una piattaforma omnicanale di servizi e soluzioni, è onair con la sua **nuova campagna, dal forte impatto emotivo, dedicata alle iniziative di economia circolare**, quali: i servizi di ritiro e valutazione dell'usato, offerta di prodotti ricondizionati, riparazione express di cellulari e smartphone, applicazione di pellicole protettive, smaltimento corretto di apparecchiature elettriche/elettroniche ed estensione della garanzia, parte integrante del Progetto Circularity di MediaWorld.

Il protagonista della campagna omnichannel, **Jürgen Klopp, porta il suo smartphone usato presso lo Smart Bar di uno dei negozi MediaWorld**. Il telefono, una volta ricondizionato, trova una nuova proprietaria: una giovane e appassionata promessa del calcio che condivide le sue abilità sui social media. I suoi video di trick e imprese attirano sempre più follower, finché un giorno uno di questi non viene visto proprio da Klopp. Impressionato dal talento della ragazza, l'allenatore mette "mi piace", regalandole l'emozione di ricevere l'apprezzamento di una figura tra le più vincenti e famose al mondo.

Lo spot TV, dalla forte componente emozionale, introduce il **Progetto Circularity. Questo progetto, che vedrà una serie di soggetti in onda nelle settimane successive**, è una metafora efficace di **come un prodotto ricondizionato possa essere uno straordinario veicolo di passioni**, generare esperienze uniche e trasformare un legame inconsapevole in una connessione reale e indimenticabile.

Francesco Sodano, Marketing Director MediaWorld ha dichiarato: *"Siamo entusiasti di questa campagna omnicanale con il nostro global ambassador Jürgen Klopp, che valorizza i servizi dedicati a prolungare la vita dei prodotti. La storia che raccontiamo è emozionante e dimostra come anche un oggetto ricondizionato possa creare connessioni inaspettate. La nostra strategia media, con una forte presenza su digital, TV e radio, è pensata per massimizzare l'impatto del messaggio e raggiungere un pubblico ampio e variegato. Crediamo che questa campagna, grazie alla sua pianificazione strategica e alla forza del messaggio che veicola, sarà largamente apprezzata dal pubblico."*

La campagna media omnicanale, on air dal 12 aprile, **si svilupperà per 11 settimane attraverso una strategia video, display e audio mirata ed efficace**. I mezzi digitali, attivi da subito, fungeranno da apripista e garantiranno una presenza costante. **I picchi di visibilità saranno raggiunti grazie alla programmazione TV/CTV**, concentrata in alcune settimane in particolare dei primi due mesi, sulle principali emittenti televisive e piattaforme di streaming e grazie alla diffusione dello **spot radiofonico nel mese di giugno**. Un elemento chiave della campagna sarà la forte presenza sulla piattaforma DAZN durante gli eventi sportivi, sfruttando la notorietà del testimonial in questo ambito.

Nel 2024, MediaWorld ha segnato il miglior risultato nell'ambito delle iniziative commerciali di circular economy. In particolare, il programma di ritiro e supervalutazione dell'usato ha registrato un volume

quadruplicato, e la vendita di prodotti ricondizionati, che comprende smartphone, piccoli e grandi elettrodomestici, è anch'essa incrementata, raggiungendo quota 23.000 unità.

Il concetto di "usa e getta", tanto diffuso in passato, sta infatti lasciando il passo a un mondo di riparazioni e prevenzione. Per questo, MediaWorld ha ideato servizi utili a proteggere i dispositivi da danni accidentali, ha introdotto interventi di riparazione rapida direttamente in negozio e offre la valutazione dell'usato. Tali iniziative sono promosse con l'intento di consentire agli utenti di risparmiare denaro, contribuendo al contempo a ridurre l'uso di risorse che potrebbero essere impiegate in nuove produzioni e limitando gli scarti di materiali inquinanti.

"I servizi di economia circolare sono un pilastro fondamentale nella nostra proposta di prodotti e soluzioni e stanno riscuotendo un successo crescente, generando benefici diffusi per tutti." puntualizza **Vittorio Buonfiglio COO di MediaWorld**. *"La nostra proposta di prodotti ricondizionati come cellulari ma anche piccoli e grandi elettrodomestici, non solo consente stili di consumo più responsabili e con un minore impatto ambientale, ma posizionano MediaWorld come un facilitatore nell'accesso alle nuove tecnologie, supportando concretamente il potere d'acquisto delle famiglie."*

La campagna è disponibile al seguente link:

Soggetto istituzionale: <https://www.youtube.com/watch?v=vG8YSXvlxmM>

Landing page: <https://www.mediaworld.it/it/service>

Credits campagna

Saatchi&Saatchi (creazione) e German Wahnsinn (colonna sonora e musica) sono state coinvolte nella realizzazione della campagna. Armando Testa Studios nell'adattamento creativo per l'Italia, mentre la strategia e pianificazione media sono a cura di Starcom, la media agency di Publicis Groupe.

Credits MediaWorld

Marketing Director: Francesco Sodano

Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli

Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco

Brand Management Specialist: Erica Oltolini

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

Sustainability Department Head: Barbara Bax

Contatti Ufficio Stampa Burson per MediaWorld

Gioele Grisetti gioele.grisetti@bursonglobal.com

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