MEDIAWORLD E ARMANDO TESTA PRESENTANO IL BLACK FRIDAY PIÙ MAXXATO DI SEMPRE INSIEME A HERBERT BALLERINA

La nuova campagna reinterpreta il trend del maxxing in chiave ironica e pop, valorizzando offerte, servizi e consulenza in store

Verano Brianza (MB), 30 ottobre 2026 – Dalle piccole abitudini alle proprie passioni, il *maxxing* è la tendenza a cercare di ottenere il massimo da ogni aspetto della vita quotidiana. A questo trend si ispira la **nuova campagna Black Friday di MediaWorld**, sviluppata insieme all'agenzia **Armando Testa** a partire dalla comunicazione internazionale del brand e reinterpretata con una cifra distintiva e tutta italiana.

Nasce così il **"Black Friday più maxxato di sempre"**, che racconta come la tecnologia entri nella vita delle persone, amplificandone le possibilità e arricchendone le esperienze. Il concept prende vita attraverso una serie di episodi comici con protagonista **Herbert Ballerina**, tra offerte e servizi MediaWorld.

Simpatico, autoironico e irresistibilmente umano, Herbert si ritrova alle prese con situazioni quotidiane portate all'estremo grazie alla tecnologia. A incalzarlo è una voce fuori campo che lo invita a spingersi sempre oltre, dando vita a reazioni imprevedibili, equivoci e risvolti un pizzico surreali.

Nelle scene ambientate in negozio entra in gioco **Giorgia, addetta alla vendita MediaWorld**, che con consigli e soluzioni concrete aiuta Herbert a scoprire i servizi del brand. La sua presenza mette in luce il valore della consulenza in store e il ruolo fondamentale delle persone MediaWorld nel guidare i clienti verso scelte consapevoli, costruendo un rapporto basato sulla fiducia.

Tra battute e giochi di parole, emerge così che da MediaWorld non sono soltanto le offerte a essere "maxxate", ma anche i servizi: dalla **valutazione dell'usato attraverso il Trade-In** ai **vantaggi del MediaWorld CLUB**, fino al **ritiro gratuito degli ordini in negozio in soli 30 minuti** e alle **offerte esclusive in App**. Soluzioni che semplificano l'acquisto, integrando canali digitali e punti vendita.

«In un momento come il Black Friday, in cui le offerte sono protagoniste, per noi è fondamentale continuare a valorizzare ciò che rende distintiva l'esperienza MediaWorld. La convenienza è un elemento centrale, ma acquista ancora più valore quando si accompagna alla possibilità di scegliere con consapevolezza, contando su servizi e competenze che rispondono alle esigenze delle persone. È questa la visione che guida il nostro modo di interpretare il retail e che abbiamo voluto esprimere anche nella campagna di quest'anno, attraverso un linguaggio leggero, ironico e pop, grazie anche alla partecipazione di Herbert, mantenendo sempre la tecnologia al centro del racconto», commenta **Francesco Sodano, Marketing Director di MediaWorld.**

La pianificazione media, a cura di **Starcom (Publicis Groupe)**, si svilupperà a partire dal 29 ottobre e per tutto il mese di novembre, attraverso una strategia omnicanale pensata per accompagnare i clienti nelle diverse fasi del percorso d'acquisto. Il media mix comprende **TV, con formati premium da 30" e**

15” nei momenti di maggiore ascolto, Connected TV, Display, Social e Audio, con l'obiettivo di massimizzare l'impatto emotivo e la copertura sui diversi touchpoint.

La regia è firmata da *William9*, mentre la produzione è affidata ad *AT Studios*.

Il Black Friday più MAXXATO di sempre fino all’11/11



CREDITS

MediaWorld
Marketing Director: Francesco Sodano
Brand & ATL Media Department Head: Mauro Miccoli
Brand & Sponsorship Team Lead: Mattia Alberto De Marco
Brand Marketing Specialist: Erica Oltolini
Senior ATL Media Buying Specialist: Luca Mondo
Digital Marketing Department Head: Davide Rossi
Digital Marketing Manager: Carmen D’Ambrosio
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
Social Media Lead: Eleonora Valerisce
Casa di produzione: AT Studios
Regia: William9

***

MediaWorld
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@mslgroup.com | 3409147181
Federica Serpellini - federica.serpellini@mslgroup.com | 3472438287
Gilda Vicendone - gilda.vicendone@mslgroup.com | 3337684284