



MediaWorld lancia la campagna di San Valentino “La tecnologia è importante. Ma al momento giusto”

Verano Brianza, 12 febbraio 2024 – In occasione della festa degli innamorati **MediaWorld**, l’experience champion del settore dell’elettronica, lancia la nuova campagna omnicanale che sarà onair dal 12 al 21 febbraio.

La campagna evidenzia situazioni in cui, immersi nella tecnologia, tendiamo a distrarci dalle persone a cui teniamo e che meritano la nostra piena attenzione. MediaWorld, fermamente convinta che la tecnologia debba arricchire e migliorare la vita delle persone, ci **ricorda con un tono ironico** ma rispettoso nello spot di San Valentino che **“La tecnologia è importante, ma al momento giusto”**.

La campagna multiplatforma prevede due versioni dello spot: una istituzionale e una promozionale legata a **due concorsi attivi dal 12 al 21 febbraio**, dedicati ai clienti e titolari di **Carta MediaWorld CLUB**. Infatti, i possessori della card gratuita che effettueranno in negozio o online un acquisto di almeno 100 euro, potranno accedere al concorso misto che prevede, inoltre, un’ estrazione finale. La dinamica è la seguente:

Operazione a premi garantiti: a fronte di un acquisto di almeno 100 euro, i possessori di carta MediaWorld CLUB riceveranno un premio garantito legato ad un’esperienza enogastronomica

Concorso a premi con estrazione: tra tutti i clienti che hanno effettuato una spesa pari o superiore a 100 euro, verranno estratti sei fortunati vincitori di una **Gift Card JRE del valore di 500 euro**, che potrà essere utilizzata per una cena per due in un ristorante stellato facente parte del **network di giovani ristoratori associati a JRE-Jeunes Restaurateurs**. L’attività concorsuale è gestita da TLC Worldwide che da anni segue MediaWorld nella gestione del programma fedeltà, ricco di premi esperienziali che premiano gli utenti ogni giorno.

Rispetto al media mix, le scelte puntano all’obiettivo di comunicare ai clienti su più touchpoint la campagna di San Valentino. L’adv verrà trasmessa sulle **principali radio, emittenti televisive e connected TV per poter raggiungere anche un’audience più digitalizzata nota come “Light TV Viewers”** che fruisce sempre meno dei contenuti della TV Lineare. In sinergia verrà pianificata anche una forte videostategy presente su YouTube, e altri premium network, accompagnata anche parallelamente da formati di grande visibilità sui più noti siti di informazione, oltre che sui social e network legati al mondo dello shopping&offerte.

“Il soggetto della campagna di San Valentino e l’accurata scelta dei premi legati al concorso, ribadiscono il posizionamento di MediaWorld come Experience Champion del settore dell’elettronica. La nostra intenzione è caratterizzare l’offerta non solo tramite i prodotti, ma attraverso soluzioni complete e sempre più personalizzate che migliorano la vita delle persone” afferma **Sylvain Querné Digital & Marketing Director MediaWorld** *“La tecnologia, infatti, deve essere in grado di abilitare a esperienze di valore, emozionarci e avvicinarci alle altre persone: da qui la scelta di mettere in palio esperienze culinarie da vivere in compagnia di chi amiamo”*

La campagna è disponibile ai seguenti link:

Soggetto istituzionale: <https://youtu.be/E9ANTvI7p4Q>

Il soggetto promozionale: <https://youtu.be/XATqu8I-mnM>

Landing page: <https://www.mediaworld.it/it/campaign/san-valentino>

Il regolamento completo è disponibile al link: <https://club.mediaworld.it/experiences/san-valentino-24/interaction>

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

Credits MediaWorld

Digital & Marketing Director: Sylvain Querné
Head of Omnichannel Marketing: Francesco Sodano
Trade Marketing Senior Specialist: Debora Gorla
Head of Brand & Traditional Media: Mauro Miccoli
Brand Management: Mattia Alberto De Marco
Traditional Media Buying: Luca Mondo
Head of Digital Marketing: Andrea Tisato
Digital Media Buying: Giorgia Patricelli
Social Media & Content Manager: Margherita Dongiovanni
Art Director: Fernando Conti
Content Manager: Andrea Petoletti
Loyalty & CRM Manager: Matteo Scianni

Mediaplus

Davide Rossi
Lorena Bragotto

Contatti Ufficio Stampa BCW Global per MediaWorld

BCW

Gioele Grisetti gioele.grisetti@bcw-global.com