

DEBUTTA A MILANO MAN'S WORLD, L'EVENTO CHE HA CONQUISTATO IL PUBBLICO MASCHILE PIU' COOL DEL CENTRO EUROPA. CAMPUS FANDANGO CLUB ADATTERA' IL FORMAT AL MERCATO ITALIANO

Dopo il successo di Zurigo e lo sbarco a Losanna e Amburgo, arriverà in Italia nella prima metà del 2018 l'evento dedicato agli uomini e alle loro passioni. E per gli espositori una piattaforma dove raccontare se stessi e i valori dei propri prodotti.

Milano, 27 luglio 2017 – Dai modellini di automobili a quelle vere, passando per sigari d'annata, whisky pregiati, orologi di lusso, completi sartoriali e le più attraenti novità tecnologiche. Quando **Man's World** ha esordito a Zurigo, nel 2016, la stampa elvetica si è mostrata entusiasta di un evento unico nel suo genere, in grado di regalare esperienze esclusive e autentiche a un target ricettivo eppure complesso come quello maschile. **Il successo è cresciuto sempre più, con una seconda edizione a Zurigo nel 2017 (oltre 12.500 visitatori e un centinaio di espositori) e nuove tappe previste a Losanna (1-2 settembre 2017) Amburgo (9-11 novembre 2017) e Milano, dove l'evento è atteso per la prima metà del 2018.**

Ad adattare il format al mercato italiano sarà Campus Fandango Club, società di event management milanese che ha chiuso il primo semestre 2017 con un fatturato di gruppo in crescita del 50% per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Un evento unico per pubblico ed espositori. «Di Man's World ci siamo innamorati la prima volta che l'abbiamo visto a Zurigo», spiegano **Marco Moretti** e **Michele Budelli**, rispettivamente presidente e amministratore delegato di Fandango Club Spa. «È un format di evento – spiega Budelli - che sa offrire esperienze originali a due livelli. Da un lato c'è il pubblico, prevalentemente maschile ma con una percentuale significativa anche femminile (come insegna l'esperienza di Zurigo), che è attratto dall'idea di trovare in un unico luogo ciò che lo appassiona. Si tratti di esperienze culinarie di alto livello, di momenti lifestyle o di cura di se stessi. Dall'altro lato ci sono gli espositori, che beneficiano di un format esperienziale a 360 gradi: il loro prodotto è inserito in un contesto in cui possono raccontarsi, parlare direttamente a un pubblico selezionato e attento, in grado di comprendere i loro prodotti perché collocati in un contesto esso stesso in linea con le loro aspettative».

Un format globale made in Switzerland. Creatori del format Man's World sono tre giovani svizzeri, **Daniel Rasumowsky**, **Roman Stämpfli** e **Karim Debabe**, professionisti con alle spalle background nel marketing, nel retail e nell'automotive. Man's World è il risultato di una riflessione sviluppata nel corso degli anni, come spiega Rasumowsky: «Gli uomini sono spesso acquirenti pigri e impulsivi, per questo abbiamo voluto riunire in un unico luogo questo target di crescente importanza con una selezione accurata di prodotti, marchi e servizi di alta qualità».

Man's World: the Italian way. Il risultato è un evento che dà vita a quell'universo in cui ogni uomo amante dei piaceri della vita vorrebbe vivere, una sorta di "parco giochi di alto livello" per uomini con il pallino della bellezza e del saper vivere. Un format nato in Svizzera ma con una declinazione italiana fortissima nel dna. Continua Rasumowsky: «Vediamo una grande potenzialità in Man's World Italia. L'Italia può dare un taglio autentico e allo stesso tempo originale all'evento, grazie alla sua storica vocazione di culla del design e della moda, solo per citare due settori. In Campus Fandango Club abbiamo trovato interlocutori attenti ed entusiasti, gli ingredienti giusti per lavorare a questo progetto».

Un modello di business che funziona. Marco Moretti conclude: «I clienti a cui abbiamo iniziato a presentare Man's World sono entusiasti, ne intuiscono al volo le enormi potenzialità. Il motto del Campus – e dunque la nostra missione – è quella di creare eventi memorabili e trasformare le fiere in evento. Man's World costituisce un passaggio cruciale della nostra strategia. L'entusiasmo è quello del primo giorno, quello di quando eravamo una piccola agenzia di eventi specializzata in intrattenimento. Oggi creiamo eventi su commessa per un parco di clienti in continua crescita, gestiamo grandi format e li adattiamo al mercato italiano, come in questo caso. Per la prima edizione di Man's World le nostre stime più conservative parlano di circa 15.000 visitatori. È una grande sfida e il Campus è pronto a coglierla».

Campus Fandango Club conta sei diverse società che hanno nella capofila, **Fandango Club**, il proprio motore commerciale. All'interno del Campus, infatti, trovano spazio una società di catering, **Mirtillo**; una che segue la parte tecnologica di tutti i progetti, **The Rocks**; un tour operator che si occupa di trovare e contrattualizzare le location per gli eventi, **Pratika**; una interamente dedicata al mondo gaming ed Esports, **Personal Gamer** e una che si occupa di eventi retail e franchising, come **Salone Franchising Milano**, **Rds Expo**. Il Gruppo ha chiuso il 2016 con un fatturato di circa 15 milioni di euro. Dal 2014 Fandango Club segue l'intera organizzazione della Milan Games Week, il consumer show dedicato ai videogiochi e organizzato da Aesvi, l'Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani, che nel 2016 è stato visitato da oltre 138mila persone (il 15% in più rispetto all'anno precedente). Dal 2017 Fandango Club seguirà anche l'organizzazione di **Salone Franchising Milano** e di **G! Come Giocare**.

Per info:

Laura Borselli

Communication Manager Fandango Club Spa

laura.borselli@fandango-club.com

www.mansworld.com

Facebook: mansworlditalia

Instagram: mansworld_italia