



**Man's World Romandie 2017
(31.8.) 1. – 2.9.2017 | Lausanne Beaulieu**

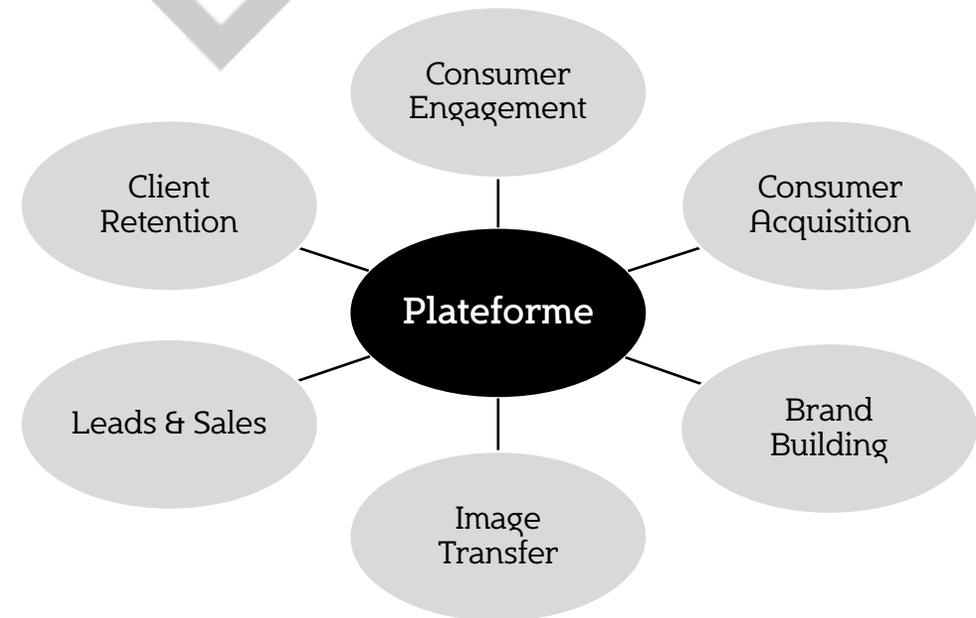
Aperçu du projet



Ça c'est Man's World

Plateforme multithématique pour hommes (et femmes)

Se divertir Expérimenter
Découvrir **Monde de découvertes** Déguster
S'inspirer Vivre des émotions



Man's World 2016+

2016

2017

2018

...

Plateforme en ligne



En permanence: nouvelles, marques, histoires, contenus, réseaux sociaux & site web, boutique en ligne

Suisse



Event



Zurich



Zurich



Lausanne



Zurich



Lausanne



Zurich

Side Events



Allemagne



Event



Hambourg



Hambourg

Side Events



Autres sites:

Autriche, France,
Italie, BeNeLux,
Scandinavie





Man's World Zurich
Rétrospective 2 - 5 février 2017



Man's World Zurich (->[Clip récap](#))



12'500 visiteurs enthousiastes



>100 exposants et partenaires



**Ventes sur place: total ~Fr. 3 millions
CA par visiteur: Ø ~Fr. 240.-**

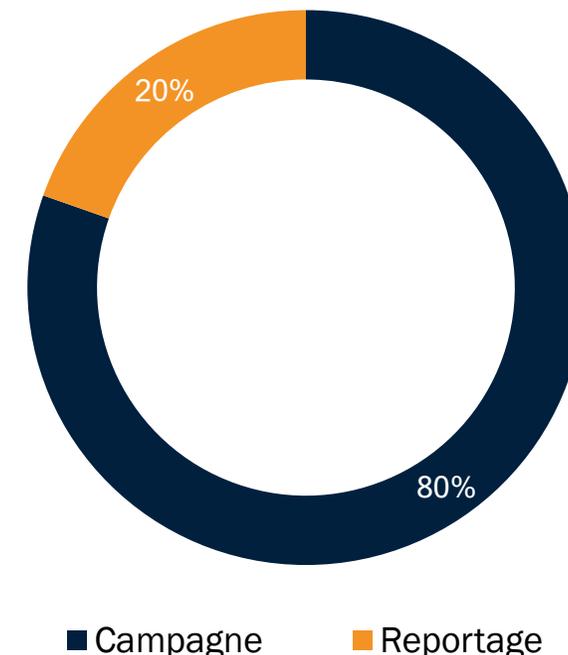


D'innombrables gadgets pour hommes...

Données médias Man's World Zurich 2017

- Contacts créés par la campagne Man's World et la couverture médiatique: 50,7 millions*
- Valeur totale d'équivalence publicitaire: Fr. 3,8 millions
- 27,3 millions de contacts (Fr. 518k) créés par la couverture médiatique
- 23,5 millions de contacts (Fr. 3,3 millions) créés par la campagne Man's World.

VALEUR DE CAMPAGNE MAN'S WORLD (CHF)



* Contacts sur place non incl.

Source: ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz AG, Rapport final 2017

Couverture médiatique Man's World 2017

- Contacts atteints: 27,3 millions
- Valeur d'équivalence publicitaire: Fr. 518k
- Résonance très positive dans tous les médias
- Innombrables clippings de presse dans les médias nationaux et régionaux (presse écrite, en ligne, réseaux sociaux, radio et télévision)
- Émission du 19h30, le 5 février sur la RTS

The collage consists of several newspaper clippings from the Zurich region. At the top left, a clipping from 'Zürich' dated Monday, February 6, 2017, features the headline '«Männer lieben halt Dinge, die es nicht braucht»' (Men just love things they don't need) and a sub-headline 'Keine Angst vor Kritik' (No fear of criticism). Below this is a large section titled 'Gesellschaft' (Society) with a sub-headline 'Der Denker Dave Wälti überlastet beim Kochen nichts dem Zufall' (The thinker Dave Wälti doesn't leave anything to chance in the kitchen). To the right of this is another clipping titled 'Mann-o-Mann' with the headline 'Was sucht die Krönung der Schöpfung an der Männermesse? Gion Mathias Cavetty geht auf die Pirscht' (What is the crown of creation at the men's fair? Gion Mathias Cavetty goes hunting). At the bottom, a larger clipping from 'Zürich/Region' dated Tuesday, January 30, 2017, features the headline '«40 Prozent der Besucher an der Man's World sind Frauen»' (40% of visitors at Man's World are women) and a sub-headline 'Kartensort will sparen' (Card sorting wants to save).

Source: ARGUS der Presse AG, Rapport final 2017



Campagne Man's World Zurich 2017

- Campagne d'Oct 2016 à Fév 2017
- Contacts atteints: 23,5 millions
- Valeur d'équivalence publicitaire: Fr. 3,3 millions
- Communication de soutien des partenaires en ligne/hors ligne
- Campagne mixte: presse écrite, télévision, en ligne, réseaux sociaux, affiches, dépliants
- Partenaires médias ciblés avec DMAX, Punkt., Cash, PCTipp, Classic Driver, etc.

Source: ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz AG, Rapport final 2017



Man's World ist kein Zigarrenbaron.
Ich schon.

Heinrich Villiger, Grandseigneur der Zigarrenbranche und Aussteller

MAN'S WORLD
WEIL MÄNNER MÄNNER SIND.

2. - 5. Feb. in Zürich | www.mansworld.com

DMAX MINK PUNKT

Photo: Sandro Bacher

The advertisement features a black and white photograph of Heinrich Villiger, an elderly man with a white beard, wearing a dark suit and tie, sitting on a wooden barrel in a dimly lit room filled with cigar boxes and barrels. He is holding a cigar. The text is in white, with the headline at the top and the event details at the bottom. Logos for DMAX, MINK, and PUNKT are at the bottom right.

Partenaires Man's World Zurich 2017

Partenaire principal



Co-partenaires

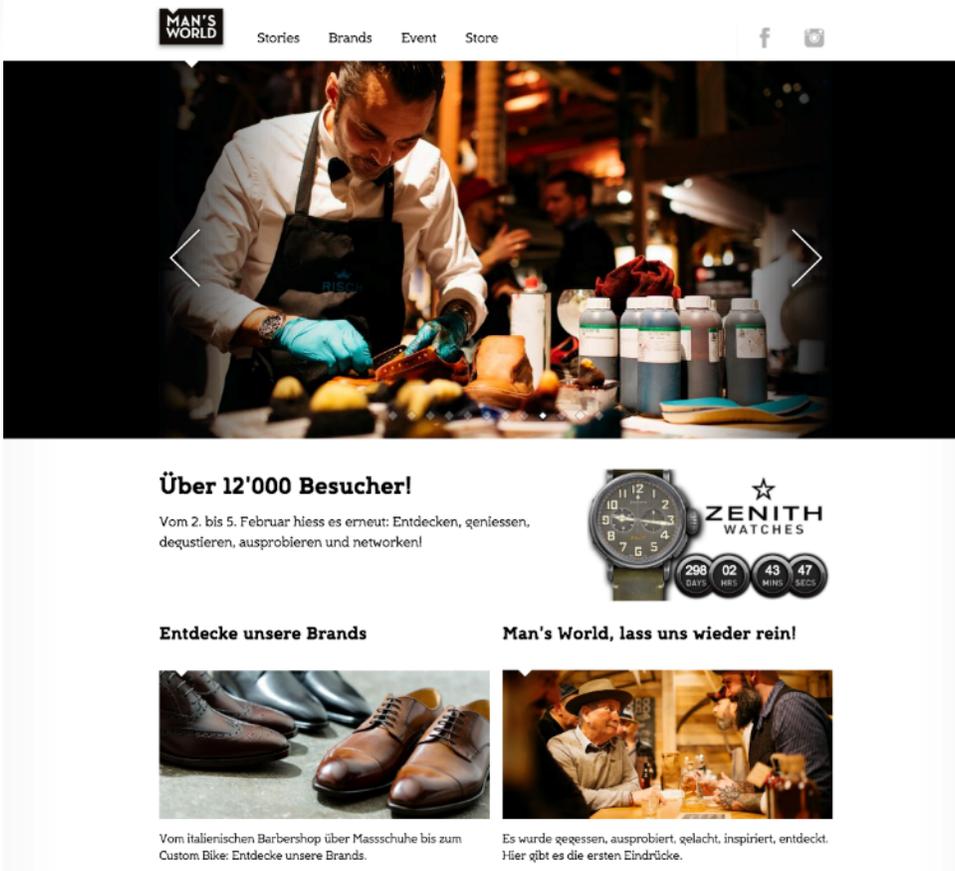


Partenaires médias



www.mansworld.com (sept. 16 – fév. 17)

- >132'000 séances
- >87'000 utilisateurs uniques
- ~570'000 pages consultées / impressions
- Durée moyenne sur le site: ∅ 2:59 min
- 77% des visiteurs ont 25 à 54 ans
- 69% des visiteurs sont des hommes
- 98% des visiteurs masculins ont 18 à 65 ans



MAN'S WORLD Stories Brands Event Store

Über 12'000 Besucher!

Vom 2. bis 5. Februar hiess es erneut: Entdecken, genießen, degustieren, ausprobieren und netzwerken!

ZENITH WATCHES

298 DAYS 02 HRS 43 MINS 47 SECS

Entdecke unsere Brands

Vom italienischen Barbershop über Massschuhe bis zum Custom Bike: Entdecke unsere Brands.

Man's World, lass uns wieder rein!

Es wurde gegessen, ausprobiert, gelacht, inspiriert, entdeckt. Hier gibt es die ersten Eindrücke.

Man's World sur Facebook (oct. 16 – fév. 17)

- Portée des publications en CH >5 millions
- Engagement >120'000
- 84% des fans et 72% des personnes atteintes sont des hommes
- >75% des hommes ont 25 à 54 ans
- ~75% des personnes atteintes ont 25 à 54 ans





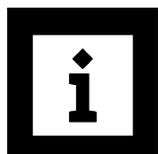
**Man's World Lausanne
(31.8.) 1 – 2 Septembre 2017**



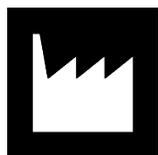
Man's World Lausanne 2017



Monde de découvertes, Ven|Sat, 1 et 2 sept., soirée Pre-Opening 31 août



Ca. 40-50 exposants avec focalisation sur le style, la mode, Living et Design



Beaulieu Lausanne, Halle 10;
> 2'000 m2 surface, espace extérieur



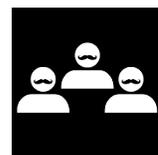
Groupe cible: hommes de 25 à 65 ans exerçant une activité professionnelle, revenus moyens et élevés



Expérimenter, découvrir, déguster, s'inspirer, se divertir et vivre des émotions



Communication à 360° dans la région



Objectif 2017: >4'000 visiteurs

Groupe cible: Hommes



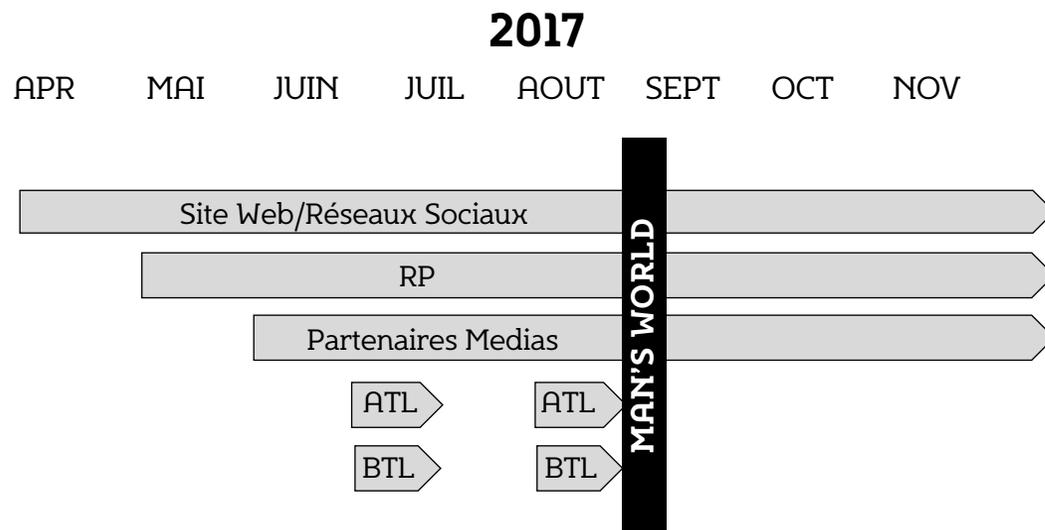
Man's World c'est pour les hommes. La plateforme, l'offre et la communication sont orientées de façon ciblée.

- Hommes exerçant une activité professionnelle avec revenus moyens et élevés
- De 25 à 65 ans
- De traditionnels à avantgardistes
- De toute la Suisse romande, avec une forte focalisation sur Genève/Riviera/Lausanne

...dans toute leur diversité de types, d'identités, d'intérêts, d'envies et de situations de vie.

Plan de communication 2017

- Man's World planifie une communication à 360° en Suisse romande, avec focalisation sur Genève/Riviera/Lausanne
- D'importants partenariats médias sont en cours d'élaboration dans la région et seront communiqués prochainement
- Budget de communication pour Lausanne 2017 > CHF 50'000.-



Organisation | Contact



Roman
Stämpfli



Daniel
Rasumowsky



Karim
Debabe

Nous sommes à votre disposition:

roman.staempfli@mansworld.com
daniel.rasumowsky@mansworld.com
karim.debabe@mansworld.com

MAN'S WORLD Schweiz AG

Grubenstrasse 15

8045 Zürich

www.mansworld.com

+41 43 543 61 80





**MAN'S
WORLD**