

Si chiude la nona edizione di Milan Games Week

Milano, 1 ottobre 2019 – **Milan Games Week powered by TIM**, tenutasi a Fiera Milano Rho dal 27 al 29 settembre, ha chiuso la nona edizione con un successo di presenze, che consolida il trend crescente degli ultimi anni. Sono stati oltre 150 gli espositori presenti nell'area espositiva e quasi 60 i titoli presentati durante la fiera, 20 dei quali in anteprima assoluta.

Cresciuta nel tempo, la manifestazione ha registrato di anno in anno sempre nuovi record di visitatori ed è oggi un appuntamento imperdibile sia per gli appassionati sia per i brand che, in veste di sponsor e investitori, vogliono alimentare e consolidare la relazione con i target più giovani e fluidi. Su tutti **TIM**, title sponsor della manifestazione; **Radio 105**, radio ufficiale; e **Intesa Sanpaolo**, partner istituzionale.

La tre giorni di eventi e presentazioni nei padiglioni di Fiera Milano è stata animata da un ricco programma di appuntamenti nelle aree **Family, Cosplay, Retro e Art**. Ma al centro dell'attenzione del grande pubblico, soprattutto il gaming competitivo. All'interno di Milan Games Week powered by TIM, infatti, il padiglione **Radio105 MGW Esportshow** era interamente dedicato al mondo dei videogiochi competitivi, con l'obiettivo di dare la possibilità a tutti gli appassionati del genere di seguire dal vivo spettacolari tornei anche internazionali. Nel padiglione, tra giocatori professionisti e puro intrattenimento, due aree curate in particolare dai tournament organizer PG ESPORTS e ESL hanno dato vita al più grande spettacolo di gaming competitivo italiano.

Con l'edizione 2019 si compie inoltre un'importante operazione per l'evoluzione di Milan Games Week, nata nel 2011. AESVI, l'associazione di categoria che rappresenta l'industria dei videogiochi in Italia, cede infatti il marchio del consumer show a Fandango Club, gruppo che opera nell'ambito dell'event management con particolare esperienza nella gestione di grandi eventi e che dal 2014 è responsabile dell'organizzazione della manifestazione.

Milan Games Week dà quindi appuntamento al 2020 per l'edizione del decennale che sarà frutto della partnership tra **Fandango Club e Fiera Milano**, uno dei maggiori operatori fieristici internazionali; l'alleanza nasce con l'intento di massimizzare le opportunità di sviluppo del settore del gaming, grazie anche alla continua collaborazione e sinergia con la stessa AESVI.

Settore che nel 2018, secondo l'ultimo rapporto annuale dell'associazione di categoria, ha registrato un fatturato complessivo di 1,7 miliardi di euro con un trend in crescita rispetto all'anno precedente e con una forte incidenza del segmento digitale (app e digital download su console e Pc), che da solo è cresciuto dell'86%. In Italia si contano oltre 16 milioni di video giocatori, di cui 10 milioni di giocatori su tablet e smartphone, e più di 1,2 milioni di fan che seguono eventi di esports più volte a settimana.

Ufficio stampa Fandango Club

Elettra Zadra, elettra.zadra@elettrapr.it, 335 5929854
Francesca Raimondi, francesca.raimondi@elettrapr.it, 392 9469018

Ufficio stampa Milan Games Week

Edelman, AESVIPR@edelman.com, 02.631161

Ufficio stampa AESVI

Edelman per AESVI, AESVIPR@edelman.com, 02.631161