

DIGITAL MAGAZINE - L'INFORMAZIONE ILLUSTRATA

# MYFAULT

coN il Futuro in Testa

Il mercato degli NFT guarda avanti



**N10**  
giugno 22



# MYFAULT

**Editore: Mamma Mia Adv S.p.A.**

Via Cassano D'Adda 27/1, 20139 Milano  
Tel. +39 02 370714.00

Direttore responsabile: Massimo CHERUBINI

Direttore creativo: Maurizio MATARAZZO

Direttore editoriale: Pietro SINCICH

Redazione: Teresa DI GRADO, Adriano COSTANTINO, Vito COSTA,  
Riccardo TRUSSI, Simone ROMANI, Elena BASSANI, Alessandro GOLDIN, Sergio TARANTINO,  
Sofia MINGARDO, Giuseppe LONGO, Lucia MAZZOLA, Andrea PELUCCHI

Impaginazione: Matteo TAMBURRINO

Hanno collaborato: Luca BIZZARRI, Paolo PEDRONI, Silvia DE LALLA

Autorizzazione: Tribunale di Milano, n. 445 del 13/02/2020

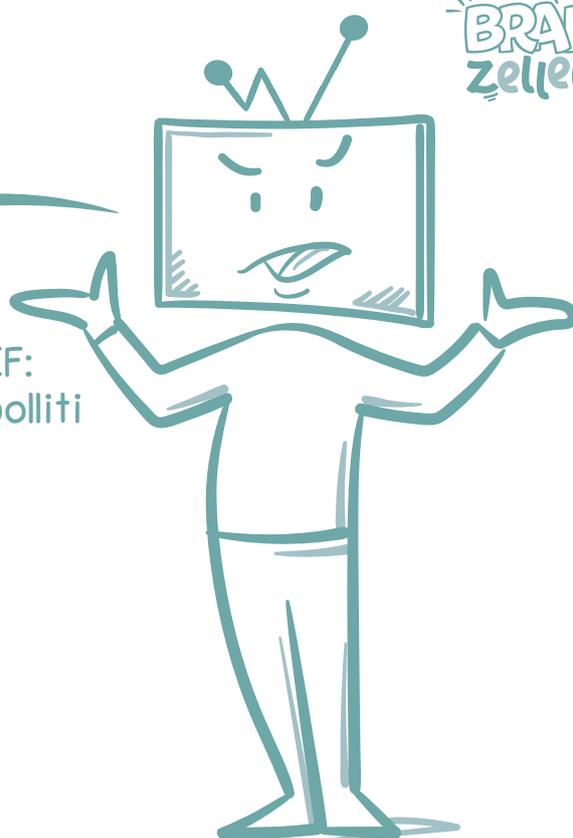
**La rivista è diffusa gratuitamente online.**

# BRAND Zellette

by **mm**  
MAMMAMIAADV

Vorrei partecipare  
a un talent

Prova con **MASTERCHEF**:  
è l'unico che adora i bolliti



BRAND  
Zellette

CON PAROLE MIE

---

**CLIENTI**

BUSINESS  
PDF

**SMS**

INNOVAZIONE  
TECNOLOGIA

**CIBO**

ARTE  
SOCIAL

**METAVERSO**

MEDIA

**CORPO**

ITALIANI  
SOCIETÀ

**RELAZIONI**

CULTURA  
GIORNALI

ANIMAZIONE  
PSICOLOGIA  
PIXAR

CON PAROLE SUE

“ Che interesse  
avrebbe una  
scogliera se non vi  
fosse implicata una  
attesa? E attesa di  
che se non della  
**creatura** che ci  
potrebbe fare felici? ”

**Dino Buzzati**

# L'ASCESA INARRESTABILE DEL MERCATO **NFT**

di GOLDIN & COSTANTINO

NFT – acronimo inglese di “Non Fungible Tokens” – è un gettone unico che attribuisce, a chi ne è in possesso, una proprietà digitale su rete blockchain.

I primi a sfruttare questa tecnologia, sono stati gli artisti, che hanno trovato un modo per supportare la propria arte diffondendo le proprie opere e trovando finanziatori. Il loro esempio è stato poi seguito da molti brand famosi e soprattutto dal mondo della musica e dello sport.

Negli ultimi anni, la loro ascesa è stata inarrestabile. Basti pensare che tra il 2020 e il 2021 hanno incrementato il loro valore di oltre il 21.000%.

Gli NFT possono essere utilizzati per molti scopi, ma hanno anche diversi contro. Al momento resta ancora incerto il loro futuro: sarà solo una bolla oppure diventerà a tutti gli effetti una tecnologia che ci accompagnerà anche nel prossimo futuro?

2020

Valore degli scambi

**82 mln \$**

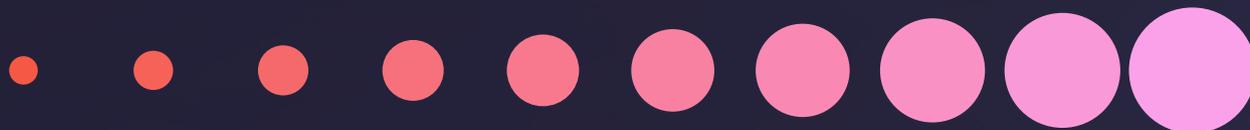
Incremento del valore

**+21.000%**

2021

Valore degli scambi

**17.6 mld \$**



Transazioni recenti



Nike  
Nike Dunk NFT  
**124.000 €**



Lamborghini  
Aventador Ultimae  
**1.4 mln €**

Nuovi investitori



## COSA SONO

“Non Fungible Tokens”, è un gettone unico che attribuisce, a chi ne è in possesso, una proprietà digitale su rete blockchain. “Non fungibile” significa unico: esiste un solo esemplare di ogni NFT che viene venduto.



## PRO

-  Certificano la paternità di un'opera
-  Accrescono il loro valore nel tempo
-  Possono sostituire beni unici

## CONTRO

-  Possono essere rubati o contraffatti
-  Non sono ecologici
-  Sono soggetti a oscillazioni di prezzo imprevedibili



Fonte: Global Web Index



# L'ITALIANO MEDIA

**QUANTO TEMPO DEDICHIAMO A VECCHI E NUOVI MASS MEDIA?**

Tempo medio giornaliero  
Ore e minuti

Non è un Paese per vecchi, diceva quel libro. Evidentemente non si riferiva all'Italia, nazione sempre più anziana, come sappiamo da tempo. Ulteriore conferma è il rapporto "Consumer Snapshot: Italy" pubblicato da Global Web Index, che analizza il tempo medio trascorso dagli italiani sui media, tradizionali e digitali, rispetto al resto del mondo. Una statistica dove spicca un dato particolare: gli unici mezzi dove l'Italia supera gli altri Paesi riguarda tv e radio, due strumenti tipicamente sfruttati da fasce di età più avanzate, che ancora oggi in Italia determinano usi e consumi.



**Social Media**



**TV Lineare**



**TV Online**



**Radio**



**Console di Gioco**



**News Online**



**Quotidiani Cartacei**



**Podcast**





# PIACERE, FACCIAMO BUSINESS?

di TRUSSI & SINCICH



## *COME LE AZIENDE SCELGONO I PROPRI PARTNER*

C'era una volta la presentazione aziendale in Power Point, primo "biglietto da visita" di una società, non solo di comunicazione, in cerca di nuovi clienti. Uno strumento, in parte, superato da nuove soluzioni che, a detta dei diretti interessati, privilegiano sintesi e creatività. Perché il mezzo con il quale ci si presenta dice già del contenuto, come emerge da un'indagine condotta da XChannel, società specializzata in strategia di marketing crosscanale, che analizza come sta cambiando l'approccio nella comunicazione tra imprese per creare nuove opportunità di business.

## 3, 2, 1... CONTATTO



### Il primo approccio:

- Mail 46,5%
- LinkedIn 25,6%
- Evento/Fiera 16,3%
- Telefono 9,4%
- Indifferente 2,3%



## PIACERE DI CONOSCERTI

La chiave vincente per ottenere un incontro è:

**38%**

case studies di successo del settore di riferimento

**33%**

clienti rinomati di settori diversi

**15%**

lavorare con un competitor diretto all'azienda

## I LOVE PDF



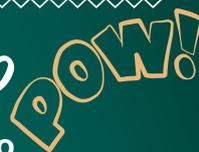
I decision makers preferiscono ricevere presentazioni in formato PDF

**90%**

LA LUNGHEZZA IDEALE È DI 10 - 15 SLIDES

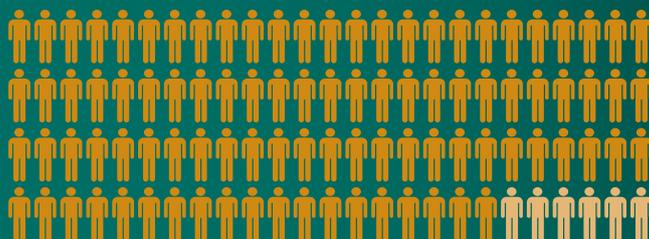


## ATTENZIONE ALL'IMPATTO



**70%**

è colpito da video o da infografica seguita da link ad articolo che descriva risultati raggiunti



“La figura perfetta per fare business development nel 2022 deve avere un animo sales e un mindset creativo”.



## DOVE SEI FINITO?

Le aziende non richiamano perché:

**47%**

l'offerta non risulta attinente

**22%**

testo della mail eccessivamente lungo

**19%**

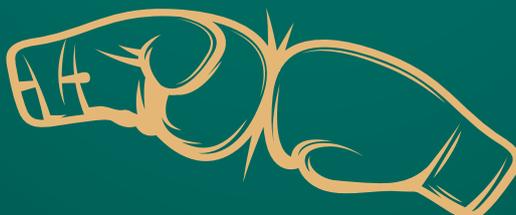
oggetto della mail poco accattivante



## L'IMPORTANTE È COLPIRE

**35%**

sito aggiornato facile e intuitivo



**19%**

case studies di successo

## ONLINE O PRESENZA?

“Solo il **18%** ritiene che non sia necessario vedersi per iniziare una collaborazione”.



“Per il **52%** delle aziende intervistate il primo meeting può essere svolto online, ma è fondamentale vedersi di persona al secondo appuntamento”.

# SIAMO NEL PIENO DI UNA **CRISI** ALIMENTARE GLOBALE

di TAMBURRINO & COSTA

La guerra in Ucraina è solo l'ultima drammatica tessera di un effetto domino innescato ormai da tempo dai cambiamenti climatici. E accelerato, nel 2020, dall'emergenza sanitaria globale causata dalla pandemia da Covid-19. Gli effetti dei mutamenti del clima hanno infatti compromesso la qualità e la quantità dei prodotti agroalimentari in tutto il mondo; poi, il lockdown prolungato per la pandemia ha mandato in tilt il sistema produttivo ed economico globalizzato, facendo aumentare i prezzi delle materie prime e – a cascata – di trasporti e importazioni. Infine, come se non ne avessimo abbastanza, la guerra voluta da Putin ha portato la crisi sull'orlo del baratro: Russia e Ucraina, i Paesi coinvolti nel conflitto, producono da soli il 30% del grano mondiale, il 15% di mais e cereali, oltre che dell'orzo usato anche per nutrire gli allevamenti soprattutto europei e i fertilizzanti agricoli. Insomma, tutti i beni alimentari primari sono sottoposti a una crisi di disponibilità e di prezzi senza precedenti, considerando la globalizzazione economica. In altre parole, la crisi alimentare non è più solo uno scenario da film apocalittico: è già oggi una realtà con cui presto dovremo fare i conti anche nell'ingordo Occidente.

# 2000.000

## DI PERSONE SONO GIÀ OGGI A RISCHIO IM



## **GUERRA IN UCRAINA:**

limita le esportazioni di grano, cereali destinati anche al bestiame, fertilizzanti per l'agricoltura. Ucraina e Russia producono da sole il 30% del grano e il 15% del mais mondiale



## **CAMBIA MENTI CLIMATICI:**

riducono quantità, qualità e resa dei raccolti agricoli; modificano gli ecosistemi e abbattano la popolazione di mari e oceani



## **PANDEMIA GLOBALE:**

ha causato un innalzamento vertiginoso dei prezzi delle materie prime in tutto il mondo, scatenando un effetto a catena sui prezzi degli alimenti e sull'import/export globale



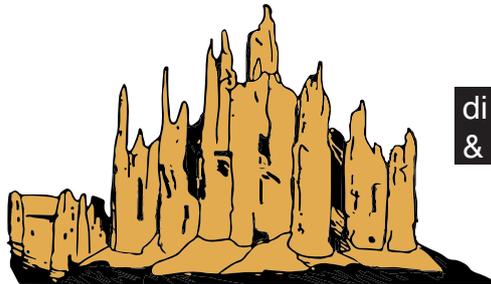
0000

**IMEDIATO DI POVERTÀ E CARENZA DI CIBO**

OUR  
INFLUENCER

di PELUCCHI  
& ROMANI

# Dino



# BUZZATI

Arte, cultura, design: tutta la bellezza che c'è nel mondo ci ispira, i grandi geni della storia nei più disparati campi sono i nostri influencer, da **Dino Buzzati** a Einstein, da Steve Jobs a Henry Ford, setacciando in lungo e in largo la storia per trovare chi ha saputo leggere in modo creativo la realtà e tradurla in idee innovative.



1906

Nasce a San Pellegrino di Belluno

1933

Pubblica sul Corriere il suo primo elzeviro:  
"Vita e amori del cavalier rospo.  
Il Falstaff della fauna"

1940

Esce il suo più grande capolavoro:  
"Il deserto dei Tartari"

1952

Realizza il suo  
quadro più famoso:  
"Piazza del Duomo di Milano"

1966

Si sposa con Almerina Antoniazzi

1972

Muore a Milano

1928

Si laurea in Giurisprudenza con una tesi  
intitolata "La natura giuridica del Concordato"  
ed entra come praticante al Corriere della Sera

1933

Esce il suo primo romanzo: "Barnabò delle  
montagne"

1945

Pubblica l'editoriale di prima pagina del  
Corriere "Cronache di ore memorabili"  
il 26 aprile

1958

Pubblica il volume "Sessanta racconti", con  
il quale vince il Premio Strega

1969

Esce "Poema a fumetti", che gli vale il Premio  
Amelia

“ Un po' più in là della tua solitudine,  
c'è **la persona che ami** ”

“ Grandi sono le **soddisfazioni di una vita laboriosa**,  
agiata e tranquilla, ma ancora più grande è  
**l'attrazione dell'abisso** ”

“ Com'è **curiosa la gente** vista dal di fuori  
quando non si accorge di essere osservata ”



Fonti: Wikipedia



Il conformismo è una forza tremenda, più potente dell'atomica

# DISNEY HISTORY



**1923**

Viene fondato lo studio di animazione **Disney Brothers Cartoon Studio** a Burbank, California

**1953**

Nasce la **Buena Vista Distribution**, filiale di distribuzione dei prodotti Disney

**1971**

Ad Orlando in Florida apre **Disney World**, secondo parco divertimenti

**1993**

Viene acquistata la **Miramax Films**

**1940**

Prima vendita di azioni presso la Borsa di New York

**1955**

Ad Anaheim in California apre **Disneyland**, parco divertimenti

**1984**

Viene creata la consociata **Touchstone Pictures** per la creazione di film per un pubblico più adulto

**1928**

**Steamboat Willie**, primo corto di Mickey Mouse

**1951**

**Cenerentola** oltre 95 mln \$

**1967**

**Il libro della giungla** oltre 205 mln \$

**1987**

**Good Morning, Vietnam**, primo successo della controllata Touchstone Pictures

**1937**

**Biancaneve e i sette nani**, primo lungometraggio d'animazione oltre 184 mln \$

**1973**

**Robin Hood** oltre 150 mln \$



**IL BUSINESS DELL'ARTE**

**Disney**





# L'ARTE DEL BUSINESS

**1996**

Viene ultimata l'acquisizione di **Capital Cities/ABC** (società che deteneva l'80% di ESPN e quattro quotidiani) e della squadra di baseball dei **California Angels**

**2006**

Viene acquistata la **Pixar**

**2012**

Viene acquistata la **Lucasfilm**

**2019**

Aprire la piattaforma di streaming **Disney+**

**2009**

Viene acquistata la **Marvel Entertainment**

**2017**

Viene acquistata la **Fox**

**1991**

**La bella e la bestia** segna il via del "rinascimento Disney" oltre 424 mln \$

**2005**

**Chicken Little**, primo film prodotto da Disney in CGI oltre 314 mln \$

**2015**

**Star Wars: Il risveglio della forza**, primo film della saga targato Disney oltre 2 mld \$

**2019**

**Frozen II** oltre 1,4 mld \$

**2000**

**Le follie dell'imperatore** oltre 170 mln \$

**2006**

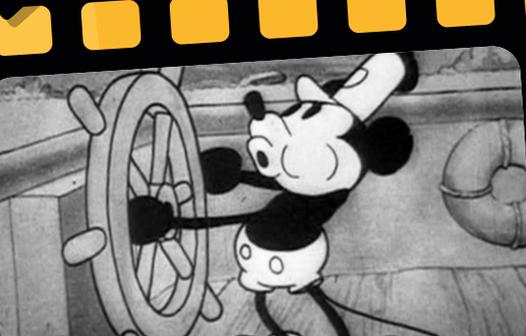
**Cars – Motori ruggenti**, primo film in co-produzione Disney/Pixar oltre 460 mln \$

**2018**

**Avengers: Infinity War**, primo film dei Marvel Studios targato Disney oltre 2 mld \$

**2021**

**Encanto**, 60esimo classico Disney oltre 254 mln \$

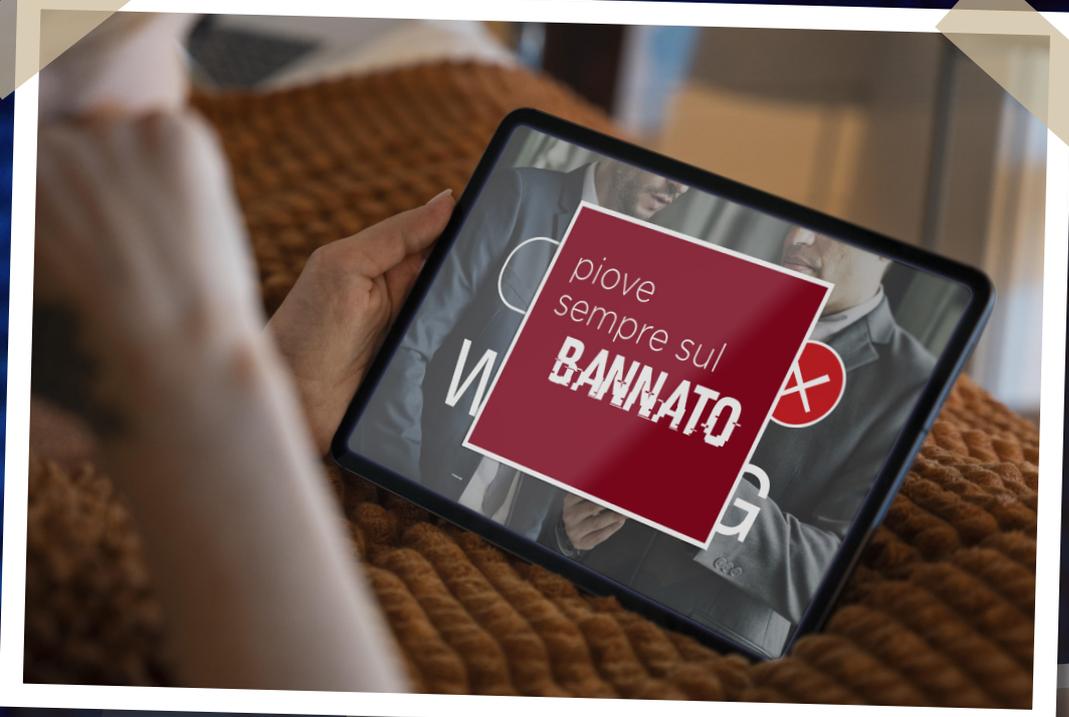


# I PROVERBI HACKERATI

di ANONYMOUS



A  
X  
A



X

ATTIVO

# SMS marketing

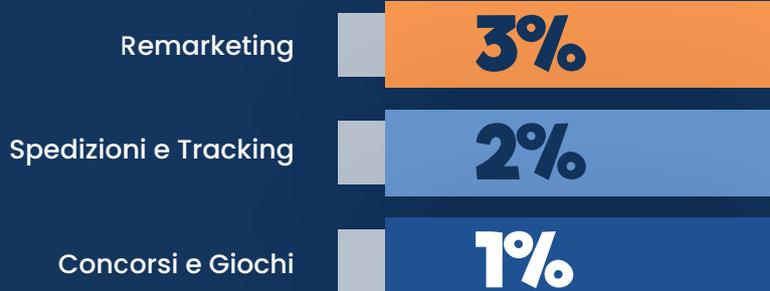
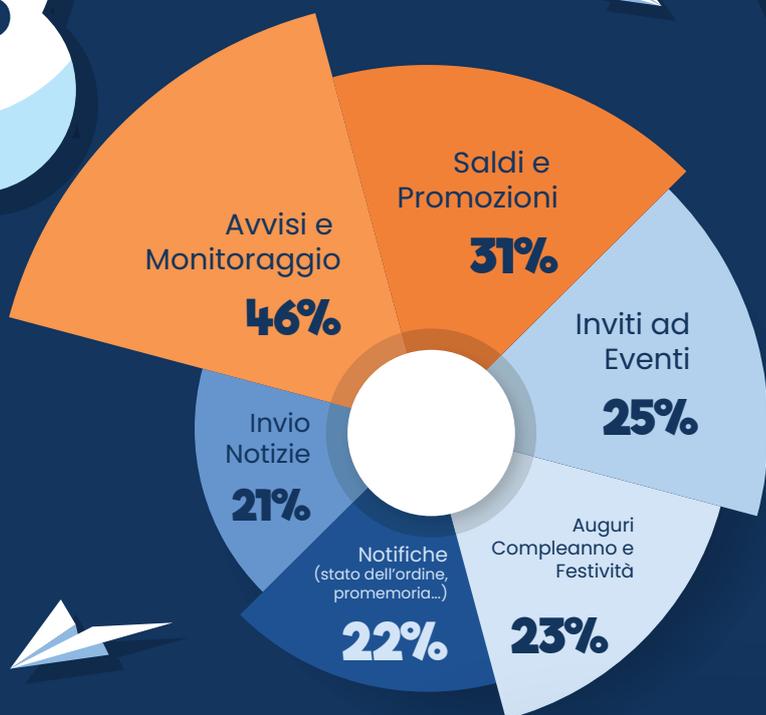
Vecchi ma attuali: per le aziende gli SMS non tramontano

COMUNICAZIONE



## Perché le aziende inviano SMS?

Stai prendendo un caffè e hai appena ricevuto un SMS, sì nel 2022. Le probabilità che tu lo apra (e anche in fretta) sono tantissime: è stato stimato infatti che gli SMS hanno un tasso d'apertura del 98%, un dato significativo se paragonato alle mail, il cui tasso di apertura è appena del 22%. Inoltre, il 90% degli SMS viene letto entro 3 minuti dalla ricezione. I cari, vecchi, "messaggini" sono infatti un efficace strumento nelle strategie di marketing delle aziende. Lo dice il report di Link Mobility, che analizza i trend dell'SMS marketing nel 2021: una ricerca fatta su un campione di circa 200 aziende di diversi settori per capire in che modo e con quali obiettivi vengono utilizzati gli SMS.



di MAZZOLA & DIGRADO

Fonti: I trend dell'SMS marketing nel 2021 - Link Mobility Italia S.r.l.

Le aziende che inviano SMS vogliono...



64%

Migliorare o mantenere la relazione con il cliente



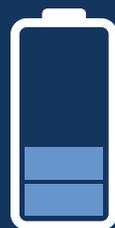
46%

Aumentare le vendite



23%

Costruire un brand e/o creare fedeltà



21%

Migliorare un prodotto o un servizio



11%

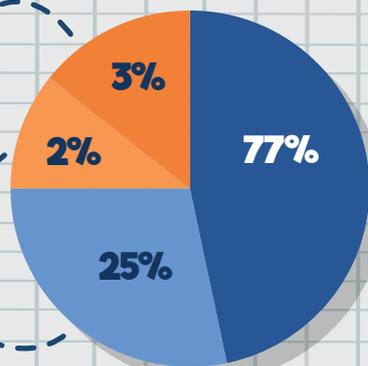
Altro

## Con quali strumenti vengono inviati

Con l'aiuto di un consulente

Tramite un plugin

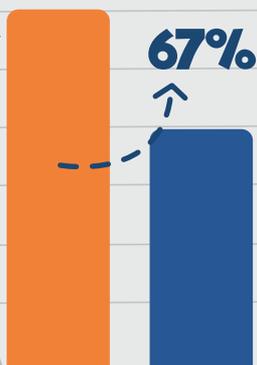
Tramite software esterno



Tramite l'interfaccia Totalconnect / Sms hosting

**Personalizzare, semplificare, combinare:**

come rendere gli SMS più efficaci



Ottiene più conversioni se gli SMS sono personalizzati

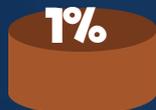
36%

Delle aziende inserisce sempre un link negli SMS

30%

Delle aziende usa gli SMS in combinazione con le e-mail

Il database per l'SMS marketing viene costruito



1%

Tramite concorsi, giochi o eventi



9%

Tramite social media o terze parti



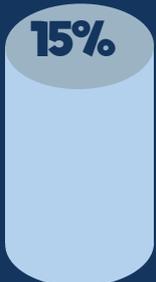
13%

Da un database esterno



14%

Dalle persone che hanno contattato il servizio clienti



15%

Tramite programmi fedeltà



17%

Dagli ordini ricevuti



19%

Con le registrazioni sul sito



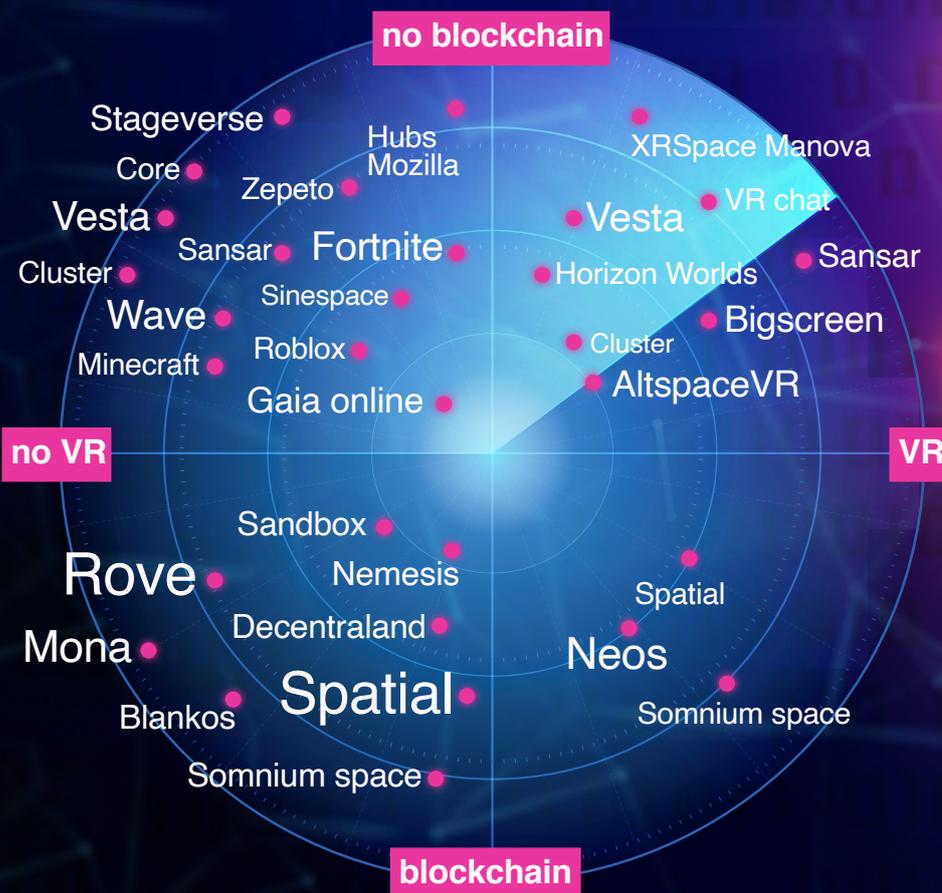
55%

Tramite l'iscrizione dei clienti

# Metaverso: il futuro è già qui

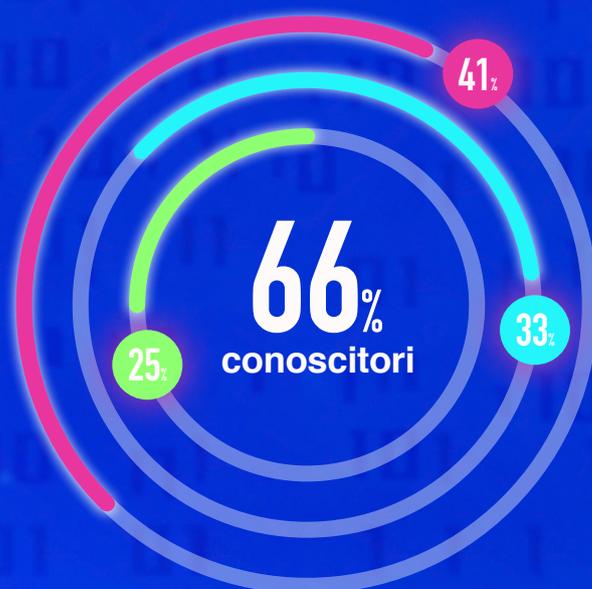
di TAMBURRINO & LONGO

Una delle più grandi rivoluzioni del nostro secolo, la creazione di uno spazio virtuale dove poter vivere una seconda vita. Ma cos'è "realmente" il Metaverso? È lo step successivo al social network e alla connessione tra persone; è l'evoluzione di internet; è un cambiamento epocale. Realtà immersiva, digital twin, realtà aumentata e virtuale, intelligenza artificiale, NFT, blockchain: sono solo alcuni campi d'azione del Metaverso in cui molte aziende hanno già iniziato ad investire per diventare parte integrante di questa nuova realtà. Un nuovo mondo dove i prodotti e i servizi vengono offerti virtualmente. Gucci per esempio ha creato la Gucci Garden Experience: un'edizione limitata di alcuni suoi abiti acquistabili solo nel Metaverso. Anche gli artisti musicali stanno organizzando veri e propri concerti come quello organizzato da Travis Scott in cui hanno partecipato 12 milioni di persone. Il Metaverso quindi è il nuovo astro nascente e gli esempi ad oggi emersi portano a spunti e riflessioni utili per i marketer.



## Conoscenza del metaverso

- Sì, ne ho sentito parlare
- No
- Sì, so cos'è



		<span style="color: green;">●</span>	<span style="color: red;">●</span>	<span style="color: cyan;">●</span>
Uomo	<b>Genere</b>	30	41	29
Donna		21	42	37
18-24	<b>Fascia d'età</b>	37	46	17
25-34		33	37	29
35-44		27	44	29
45-54		22	42	36
55-64		17	44	39
65-74		13	31	57
Nord Ovest	<b>Area Geografica</b>	26	45	29
Nord est		29	35	35
Centro		26	42	32
Sud + isole		22	42	36
Alto	<b>Tit. studio</b>	30	41	29
Medio		23	43	35
Basso		19	37	45

# BODY

# Positivity

Accettare il proprio corpo senza  
mezze misure

You  
are  
Enough

di PELUCCHI,  
DI GRADO  
& MINGARDO



## CHE PESO HA LA BODY POSITIVITY SUI SOCIAL?

Accettazione del proprio corpo, abbattimento degli stereotipi, valorizzazione della bellezza in tutte le sue forme sono argomenti sempre di maggiore spessor: sono i social i luoghi in cui la body positivity ha la maggiore risonanza, seguiti dalla TV e da Internet. Una grande spinta arriva da influencer e creator, che con contenuti ad hoc e community sensibili a queste tematiche, diventano veri e propri ambasciatori dell'accettazione delle diversità, delle imperfezioni, dell'unicità della persona.

## IL CAMPIONE

+500



interviste online  
a utenti social  
in Italia



16 - 54  
anni

## CHI DÀ VOCE ALLA BODY POSITIVITY

   	<b>Social Network</b>	<b>87%</b>
	<b>TV</b>	<b>40%</b>
	<b>Siti Internet</b>	<b>30%</b>
  	<b>Piattaforme di Streaming</b>	<b>29%</b>
	<b>Quotidiani e Riviste</b>	<b>20%</b>
	<b>Radio</b>	<b>19%</b>
	<b>Podcast</b>	<b>16%</b>

## POSITIVITY VS NEGATIVITY

Quando si parla di body positivity si pensa a:

accoglienza, solidarietà, empatia, sentirsi parte di una community, coraggio, sicurezza, voglia di rivalsa, superamento dei propri limiti, essere se stessi lottando per sé

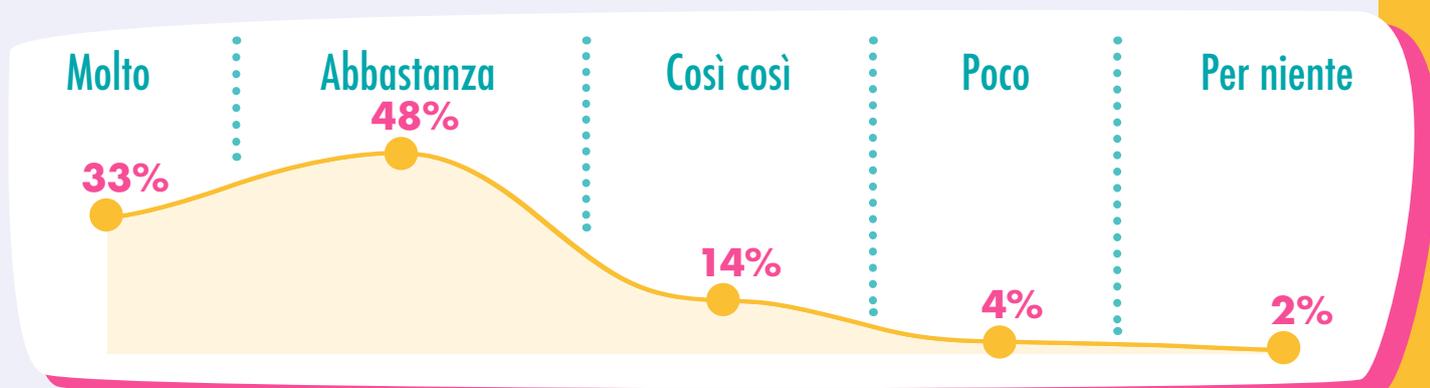
Ma anche a:

distanza, solitudine, disagio di non apprezzare il proprio corpo, emozioni contrastanti di paura del giudizio, insicurezze e anche tanta rabbia, conflitto interiore

## QUANTO NE PARLANO GLI INFLUENCER?



## È POSITIVO IL RUOLO DEGLI INFLUENCER?



## CHI INFLUENZA SULLA BODY POSITIVITY PARLA ANCHE DI

DIRITTI E TEMI SOCIALI	46%
SOSTENIBILITÀ	45%
FITNESS E BENESSERE	40%
TEMATICHE FAMILIARI	38%
LIFESTYLE	37%
ABBIGLIAMENTO	32%
PRODOTTI DI BELLEZZA	30%
CUCINA	30%
VIAGGI	29%
INTRATTENIMENTO	25%
ANIMALI DOMESTICI	21%
GIOCHI	16%
BENI DI LUSSO	12%

my  
**Body**  
my  
**Rules**



# LE STAR DANNO I NUM3R1 ...

VER4  
SP4D1N1

**3**

**SORELLE**

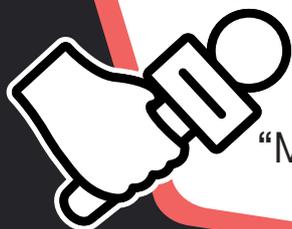
“Sono anche mie grandi amiche”



**16**

**ANNI GIORNALISTA  
PROFESSIONISTA**

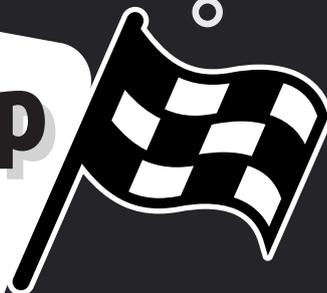
“Ma possiamo fare cifra tonda: sono 20 contando anche 2 di gavetta e 2 di praticantato”



**21**

**WEEK END  
PER LA MOTOGP**

“Da marzo a novembre sempre in pista su Sky”



**2**

**ORE DI BOXE**

“Mi alleno ogni settimana, è lo sport che adoro”





**1**

## LIBRO SCRITTO

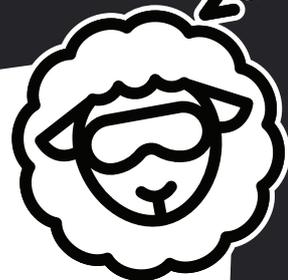
“Un romanzo ucronico su Kurt Cobain: cosa sarebbe successo se non fosse morto?”



**9**

## ORE DI SONNO

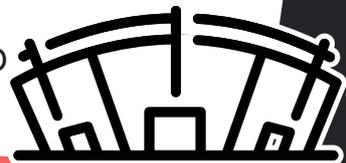
“Sono quelle di cui ho bisogno, ma non sempre riesco dormire quanto vorrei”



**10**

## ANNI DI STADI

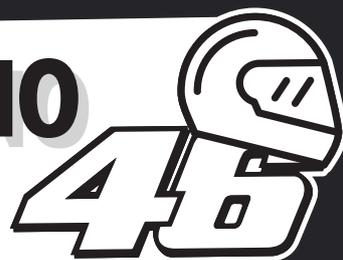
“Come inviata ho girato i campi di calcio di tutto il mondo”



**46**

## VALENTINO ROSSI

“Il pilota che più mi ha colpito di persona”



**300**

## CONCERTI

“La musica è la mia passione, il rock in particolare”



# LUCIANO FASSA →

Direttore Generale Monge

## IL TUO SUPER POTERE E QUELLO CHE VORRESTI AVERE

Ma che super poteri, in questa fase della vita sono pieno di dubbi: faccio di tutto per mascherarli, non sempre ci riesco.



## UNA CANZONE CHE DESCRIVE IL TUO APPROCCIO AL LAVORO

*High Hopes*, per me una delle più belle dei Pink Floyd (anche se senza Roger Waters), esprime la speranza di costruire un futuro migliore.

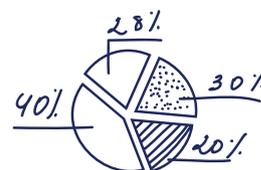


“**REWIND**” TORNI INDIETRO CON  
LA CONOSCENZA DI OGGI.

“**FORWARD**” VAI AVANTI  
CON TUTTI I TUOI OBIETTIVI  
GIÀ RAGGIUNTI



Scelgo Forward e vado avanti con ancora più entusiasmo e la voglia di cogliere nuove sfide (non troppo impegnative però 😊).



# IL VIAGGIO PIU' BELLO CHE HAI FATTO E QUELLO CHE VORRESTI FARE

Forse in Costa Brava a 17 anni con il mio migliore amico di allora e una 127 amaranto... tutte le notti a ballare, di giorno si dormiva, il mare non lo abbiamo praticamente mai visto.

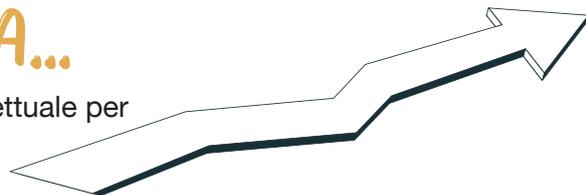


## IL LIBRO CHE HAI SUL COMODINO

*La collina dei conigli* di Richard Adams: un libro che mi ha ispirato molto e che trovo ancora di più attuale oggi, dove tutti sono lupi.

## ESSERE MANAGER SIGNIFICA...

Tracciare un percorso, costruire un progetto, creare ricchezza intellettuale per chi lavora con te e poi diventare un riferimento per qualcuno.



## LA SFIDA LAVORATIVA PIU' IMPORTANTE CHE HAI VINTO E QUELLA CHE DEVI ANCORA VINCERE

Certamente quella attuale: da piccola Società negli anni 2000, oggi siamo una delle più importanti realtà a livello mondiale nel nostro settore: ma siamo rimasti una famiglia, con quei valori che spesso nel lavoro non si trovano.



## UN PERSONAGGIO FAMOSO CHE INVITERESTI A CENA E UNO CON CUI VORRESTI LAVORARE

Mi sarebbe piaciuto conoscere e andare a cena con Gianni Agnelli, non solo perché juventino, ma perché la sua famiglia ha sempre avuto grande influenza per noi torinesi.

## LA TUA SERATA IDEALE

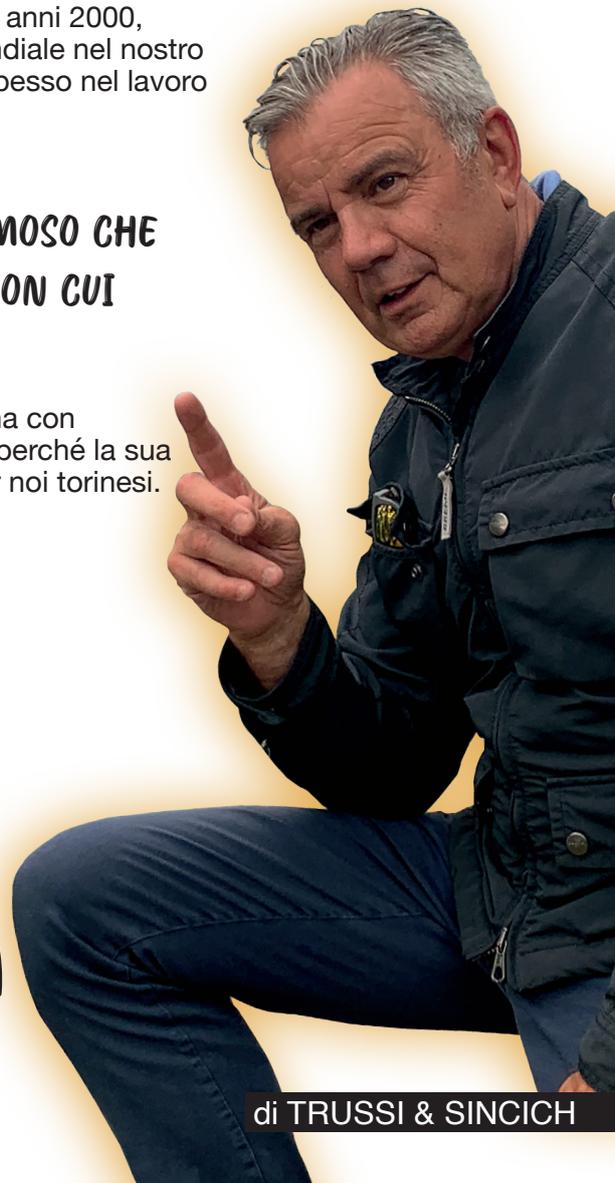
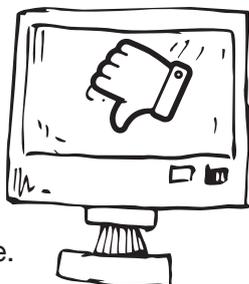
Con la mia famiglia, perché in questi anni li ho trascurati un po' troppo.



## COME HAI VISSUTO LO

## SMART WORKING?

Benissimo: non l'ho mai fatto, e non ne ho mai sentito il bisogno, ma può essere un'opportunità da cogliere.



# NEXT ISSUE

MYFAULT 11

