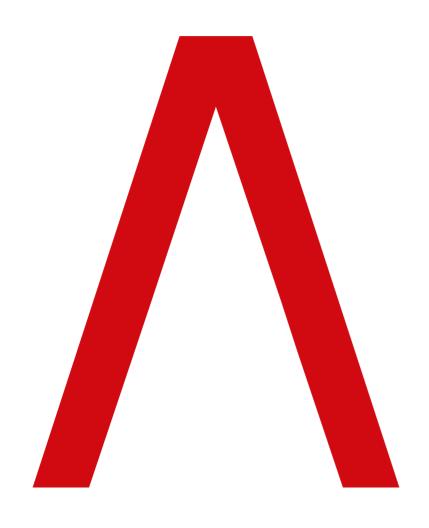
DIGITAL MAGAZINE - L'INFORMAZIONE ILLUSTRATA





N 1 2

dicembre 22





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, Elena BASSANI, Alessandro GOLDIN, Sergio TARANTINO,
Sofia MINGARDO, Giuseppe LONGO, Lucia MAZZOLA, Andrea PELUCCHI
Impaginazione: Matteo TAMBURRINO

Hanno collaborato: Paolo PEDRONI, Silvia DE LALLA

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

La rivista è diffusa gratuitamente online.







CON PAROLE MIE

ATAIF API CRISI

CON PAROLE SUE



Tocca a tutti.

Mi fa sorridere il
fatto che debbano
morire anche quelli
che hanno molti
miliardi



...e ti dirò come festeggi!



Il Natale ti rende felice e gioioso: organizzi pranzi, cene e aperitivi perfino con i tuoi ex compagni d'asilo. Zuccheroso fino allo sdolcinato, occhio alla bilancia il 26.

Andy Williams, 1963)

Have Yourself a Merry Little Christmas (Frank Sinatra, 1963)

Natale ti fa pensare agli altri, è per te un momento di serenità e fratellanza. Almeno fino a quando ti rubano l'ultima tartina rimasta, scatenando il Grinch che c'è in te.



Viva la famiglia, i bambini che scartano i regali, il veglione tutti insieme... attento solo ai baci sotto il vischio: è un attimo passare a fare la parte della renna, con le sue belle corna lunghe lunghe.



Per te non è Natale senza quel soffice manto bianco che ricopre ogni cosa... fino a quando la prima nevicata blocca il traffico della città e la tua slitta rimane imbottigliata in un ingorgo coi fiocchi che ti fa rimpiangere il caldo caraibico che scioglie l'asfalto.



Per te il Natale è una baita riscaldata dal camino, i ceppi che scoppiettano, la neve fuori dalla finestra. Ma il carovita è alle porte e invece della settimana bianca hai il conto in rosso, quindi ripieghi con il camino virtuale di Netflix.



& SINCICH



Paese che vai, Natale che trovi: la festa più bella dell'anno è anche l'occasione per scoprire usanze e riti diversi. Ma se poi in tavola non vedi i piatti che da 40 anni si preparano in famiglia ti senti come un bambino che trova il carbone nella calza della Befana.



Sentimentale e nostalgico, sogni un Natale sotto l'albero con la tua anima gemella. Ma per ora il risultato è raggiunto solo a metà: l'albero ce l'hai, ti manca la compagnia. E anche quest'anno ci penserà il cioccolato a



Ogni Natale torni bambino, forse perché la tua infanzia si è fermata l'anno in cui invece dei giocattoli hai ricevuto il primo maglione della tua vita. E ancora oggi speri che Babbo Natale, invece di profumi e orologi, ti porti il robot dei tuoi sogni.



Ma quali regali, feste e dolcetti: l'unica cosa che conta è la pace in Terra per gli uomini di buona volontà. E infatti tu ci metti solo la buona volontà, perché è il pensiero è quello che conta: tu pensi agli altri, mentre gli altri ti fanno regali di ogni sorta.



Addio acquisti folli, negozi pieni, stress e finti sorrisi: meglio una palma che un abete, saluto tutti e vado alle Hawaii. Lo pensi ogni anno, ma poi non sai rinunciare ai tortellini della nonna. Alle Hawaii ci andrai l'anno prossimo. Forse.



Parola d'ordine Inbound

Un metodo, più che uno strumento. Consente di mettere a sistema tutte le proprie azioni di marketing digitale, di misurarle e di farsi trovare dai potenziali clienti con il messaggio giusto al momento giusto.

TikTok: e vissero felici e content

Sempre più utenti, sempre più contenuti, sempre più aziende coinvolte. L'età media degli utenti aumenta, spinta da contenuti sempre più maturi e versatili. Ciò porta con sé gli investimenti di sempre più aziende, che trovano nuove possibilità di raggiungere i propri target.

Social shopping

L'e-commerce esploderà definitivamente sui social.
Soprattutto su Instagram, la tendenza del retail a mettere i propri prodotti in vendita direttamente nei post crescerà ulteriormente. Saranno necessari sempre meno passaggi per portare gli utenti all'acquisto, rendendolo così ancora più facile ed immediato.

due mila venti trend

Ci siamo: è ora
di lasciarsi alle spalle
il 2022 e di accogliere il
2023. Che cosa ci porterà
il nuovo anno in termini di
marketing digitale? Quali sono
le tendenze da maneggiare con
cura per restare al passo con un
futuro che nel digitale galoppa
alla velocità della fibra?
Vi presentiamo le più importanti,
quelle che per noi dovranno
essere il pane quotidiano.

di TAMBURRINO & COSTA

Veni, vidi, video

Sarà l'anno vincente per il video marketing, una tendenza già evidente quest'anno, introdotta dal boom di TikTok. Si consoliderà e si svilupperà ulteriormente nel 2023, anche grazie agli adattamenti che le altre piattaforme social stanno introducendo per "inseguire" TikTok.

Metaverso a meta

Il Metaverso sembra ancora sospeso a metà strada tra una rivoluzione e un fallimento. Probabilmente il 2023 sarà l'anno in cui capiremo se questo nuovo orizzonte sarà un flop, una promessa non mantenuta, un successo o la nuova reale frontiera della nostra vita social.

La sfida; cookie, addio!

Quest'anno è iniziata la loro progressiva riduzione e nel 2023 potrebbero sparire. Ma senza cookies, come si potrà ancora sfruttare la digital advertising? Sarà la grande sfida dei dipartimenti digital di aziende e agenzie. Uno strumento per vincerla però è contenuto all'interno di questa infografica...

La carica dei 100

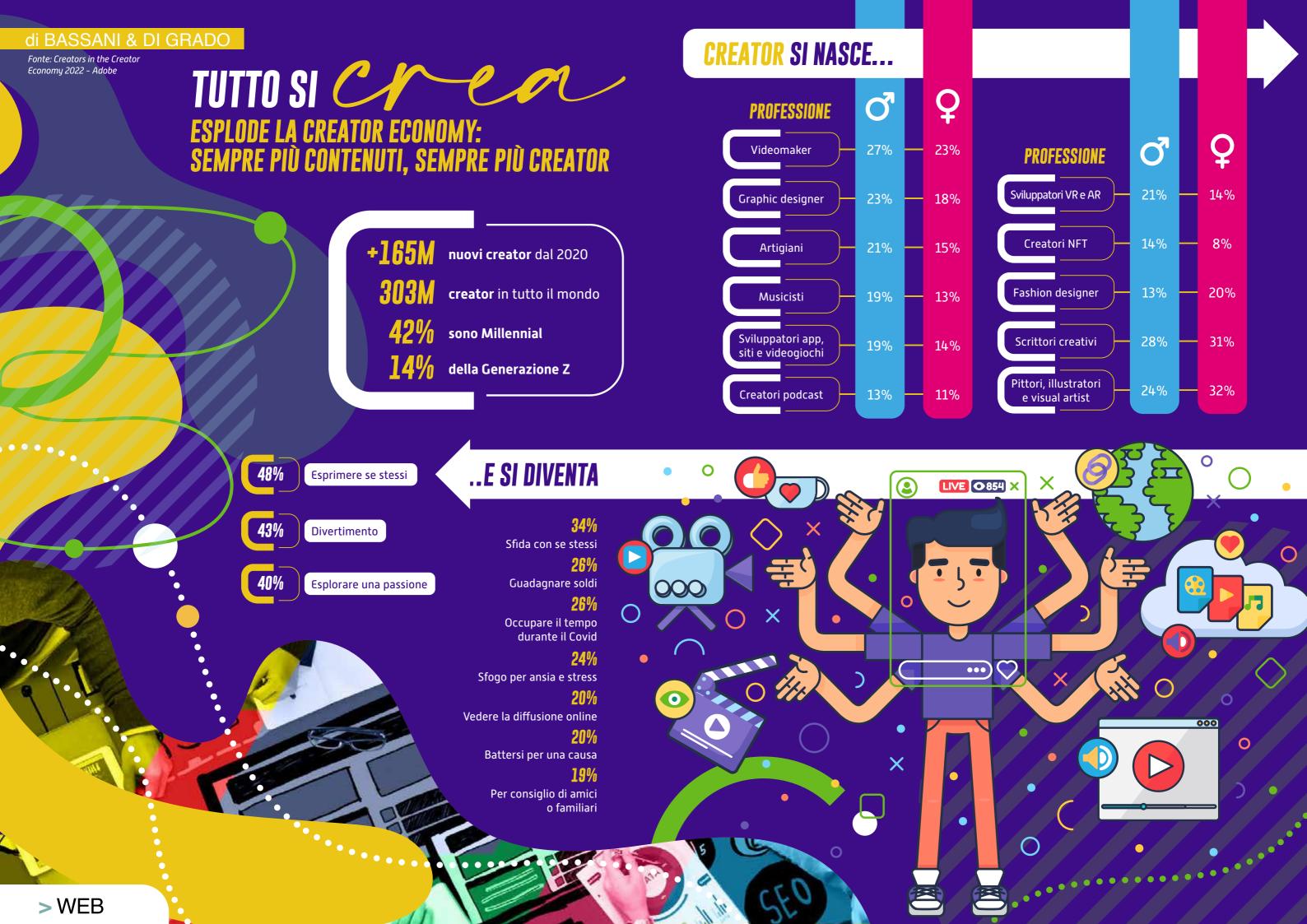
comunicatori aziendali più influenti

al mondo nel 2022 di TAMBURRINO & DI GRADO Lavorano a stretto contatto con alcuni dei CEO più potenti al mondo: sono i 100 Direttori Comunicazione e Marketing più influenti nel 2022 eletti da The Influence 100 2022, il Report annuale di PRovoke Media, una media company che analizza i trend e gli scenari delle Pubbliche Relazioni a livello globale. Chi sono, da dove vengono, da quanti anni lavorano nell'attuale azienda e altre informazioni sul background delle 100 persone che hanno più influenza nelle decisioni aziendali, potete trovarlo in questa infografica. Spoiler: c'è anche un'italiana.

DA QUANTO **TEMPO**

anni media lavorativa nell'attuale azienda







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 **Jacovitti** 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.



<u>1923</u>

Nasce a Termoli

1949

Prima edizione del Diario Vitt, pubblicazione annuale con vignette, illustrazioni e fumetti

1960

Inizia a realizzare caroselli con alcuni suoi personaggi come Cocco Bill e Zorry Kid per l'olio Teodora e Pecos Bill per la Lanerossi Vicenza

1977

Pubblica sulla rivista Playmen la storia a fumetti Kamasultra

1994

Il Presidente Oscar Luigi Scalfaro gli conferisce il titolo di Cavaliere Ordine al merito della Repubblica italiana 1940

Inizia a collaborare con il settimanale Il Vittorioso

1957

Inizia a collaborare con il Giorno dei ragazzi, pubblicando alcuni dei suoi personaggi più famosi come Cocco Bill e Gionni Galassia

<u> 1974</u>

Inizia a collaborare con la rivista Linus

1978

Inizia a collaborare con la rivista Il Giornalino

1997

Muore a Roma

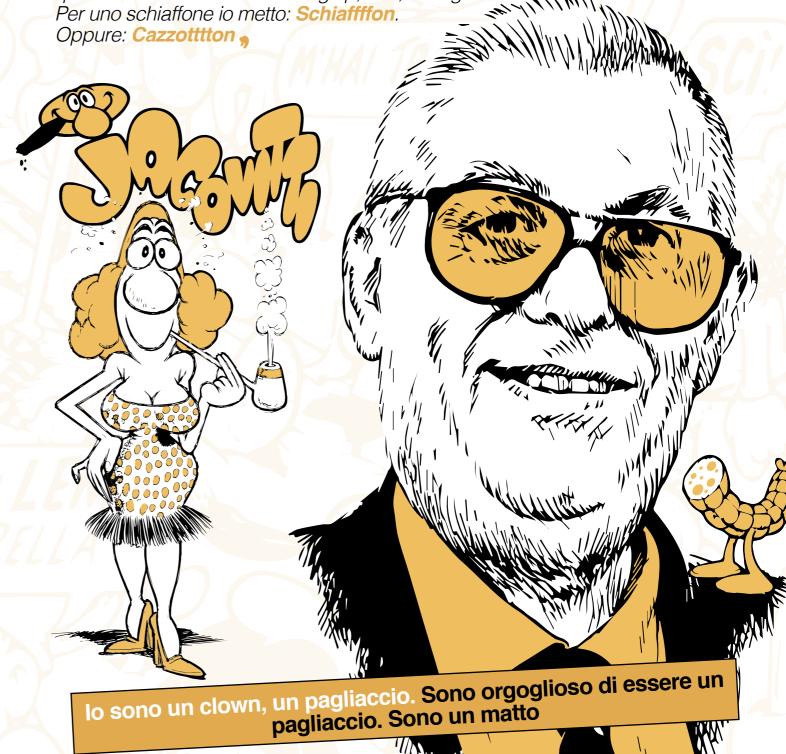
Sono un **liberale**, un estremista di centro, un **anarcoide**

Non amo la satira che fa sghignazzare.

Amo l'umorismo che fa ridere,
e deve far ridere tutti

Gli umoristi sono o tristi, o solitari, o matti.

Ho inventato anche delle **espressioni similonomatopeiche** diverse da quelle delle strisce americane: gulp, sob, sdeng.



La comunicazione social dei politici italiani

La politica in Occidente, e soprattutto la comunicazione che avviene tra quest'ultima e i cittadini, è cambiata radicalmente e molto di questo cambiamento si deve all'avvento dei social network nella nostra vita quotidiana. Attraverso un investimento di ingenti risorse i politici hanno potuto comunicare le loro idee a una platea più ampia, trascorrendo molto del loro tempo a veicolare contenuti sulle maggiori piattaforme di social network: Facebook, Instagram, Twitter e TikTok. L'ultima campagna elettorale italiana, quella che ha visto il nuovo Governo di centro destra vincere su tutti gli altri partiti, è stata denominata la campagna elettorale "più social di sempre". I politici hanno basato le loro strategie su un mix di elementi: piattaforme, temi in trend, viralità e format da un lato, elementi programmatici, contenuti, credibilità personale e strategia dall'altro.

I social network hanno quindi avuto un ruolo fondamentale per tutti i partiti, anche per coloro che ne sono usciti sconfitti. Molti politici hanno deciso di ampliare il loro pubblico di riferimento sbarcando su TikTok e parlando quindi direttamente a un target più giovane.

Analizzando i profili social dei vari partiti politici e dei protagonisti di quest'ultima campagna elettorale, si evince che il tema più trattato è stato quello della crisi energetica e delle relative conseguenze economiche. È interessante notare come i politici abbiano una strategia ben chiara per raggiungere il proprio pubblico: un post su 10 fra quelli pubblicati corrisponde ad un video, un formato che tra tutti genera maggior coinvolgimento da parte degli utenti delle piattaforme social. Se invece confrontassimo il tipo di comunicazione dei partiti di centro destra e quelli di centro sinistra, noteremmo come i primi risultino molto più agguerriti su Instagram rispetto ai secondi.

GIUSEPPE CONTE 7.7M -complessive MATTEO RENZI 5M GIORGIA MELONI 4.8M SILVIO BERLUSCONI 2.3M **ENRICO LETTA 1.7M CARLO CALENDA 835K MATTEO SALVINI 5M GIUSEPPE CONTE 4.5M GIORGIA MELONI 2.4M** -ollower SILVIO BERLUSCONI 1.1M **MATTEO RENZI 1.1M CARLO CALENDA 281.2K ENRICO LETTA 148.5K** MATTEO SALVINI 2.2M **GIUSEPPE CONTE 1.8M** GIORGIA MELONI 1M ollower SILVIO BERLUSCONI 468.3K **MATTEO RENZI 255.1K CARLO CALENDA 132K ENRICO LETTA 92.5K** MATTEO SALVINI 585.4K SILVIO BERLUSCONI 525.7K **GIUSEPPE CONTE 313.1K GIORGIA MELONI 132.7K MATTEO RENZI 30.5K**

CARLO CALENDA 21.6K

E. LETTA 3K

MATTEO SALVINI 9.3M



Crisi APErta

Allarme api a rischio estinzione

di GOLDIN & SINCICH

Nell'immaginario collettivo i rischi correlati ai famigerati "cambiamenti climatici" rimandano subito a scenari apocalittici e dal grande impatto coreografico, dallo scioglimento dei ghiacciai all'innalzamento del livello del mare, passando per caldo torrido e siccità. Ma ci sono conseguenze impercettibili e meno appariscenti, che potenzialmente possono causare molti più danni per la vita sulla Terra. Una di queste è sicuramente il rischio dell'estinzione di svariate specie di api, minacciate da innalzamento delle temperature, inquinamento e industrializzazione selvaggia che ha portato negli ultimi decenni ad un radicale cambiamento del paesaggio. Le conseguenze? Devastanti, potenzialmente, dal momento che i piccoli insetti gialloneri non sono responsabili solo della produzione di miele o dell'impollinazione dei fiori, ma contribuiscono alla riproduzione della gran parte delle specie coltivate in Europa.



-70% di api negli ultimi 30 anni



Ape Regina

Passata da 5 a 3 anni

Ape Operaia

Passata da 30 a 15 giorni





-25% produzione di miele nel 2021





200k alveari persi dal 2015



Pesticidi

Cambiamento climatico

Inquinamento

Le api garantiscono la riproduzione...



78% delle specie di

84%

delle specie coltivate nella UE

Fonte: FederBio

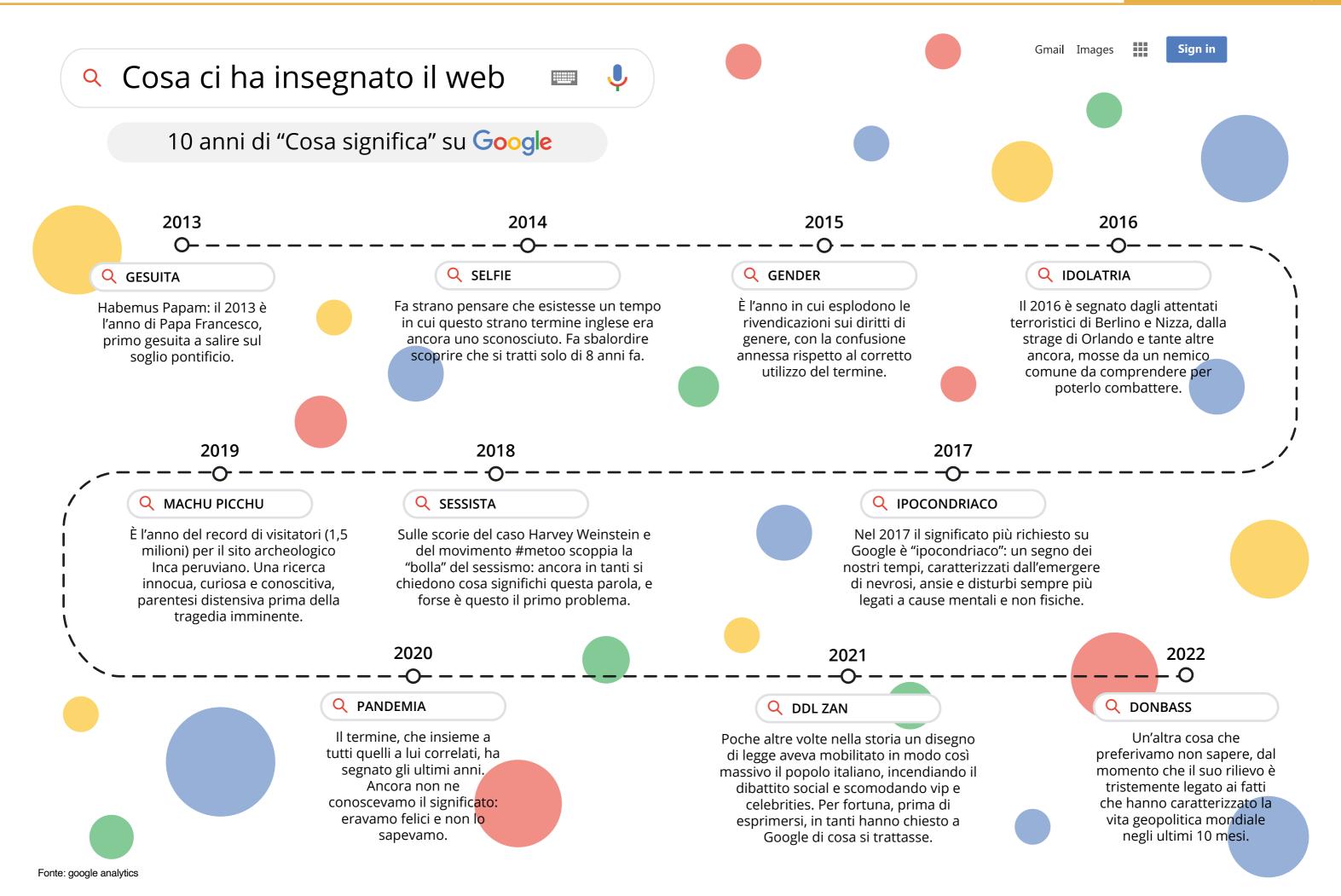














"Segnati al mondiale,

"Con la nazionale italiana:

universiadi, europei 2021,

mondiali 2022"

della mia vita"

MEDAGLIE

D'ORO

l'esperienza più incredibile

GRANDE AMORE

"La mia Marta, che è la mia vita"

ORE DI ALLENAMENTO

"Il duro lavoro mi ha portato a questi livelli"

"Quelle in cui ho vissuto: la pallavolo

mi ha permesso di viaggiare molto e fare tante belle esperienze"

MAGLIETTE

"Quelle dell'Inter: una parte fondamentale della mia vita da sempre e per sempre"

TAGLIA DELLE SCARPE

"Una mia grande passione che occupa un bel po' di spazio nel mio armadio"

"La mia altezza: in uno sport così fisico mi ha aiutato molto ad arrivare dove sono"

0

ANNI DI SUPERLEGA

"Sono approdato tardi nel campionato più bello del mondo: ora voglio dire la mia"

















STEP PER L'EMAIL MARKETING

L'email marketing consiste nell'invio di mail pubblicitarie a un grande numero di contatti con il fine di fidelizzare e informare (anche su offerte e servizi) i propri prospect. Si tratta di una forma di "direct marketing", poiché aiuta a raggiungere "direttamente" l'obiettivo.





L'email marketing è fondamentale per acquisire clienti o vendere ulteriori servizi a clienti già effettivi. Tuttavia, in un'epoca in cui i prospect sono continuamente raggiunti da email, sms e campagne adv sempre più "aggressive", non è semplice districarsi in questo mondo.

L'email marketing muta costantemente per stare al passo e divenire sempre più qualitativo e meno invasivo. Non esiste quindi una ricetta precisa per renderlo funzionale al 100%, ma abbiamo stilato una lista di consigli per far sì che possa essere sempre più performante.

01 STEP

Costruire una lista di contatti interessati. È importante che le mail vengano inviate a prospect davvero interessati a ciò che vendi, altrimenti il rischio è che non aprano la mail o, peggio, la lascino finire nel dimenticatoio della cartella spam.





02 STEP

Studia e applica una strategia ad hoc per il tuo target. Invia solo le mail necessarie. Puoi inviare anche 5 o 6 mail al mese, purché siano contenuti di valore. Altrimenti 2 o 3 possono tranquillamente bastare.



Crea un layout originale e responsivo per le tue mail. Una mail di solo testo e sfondo bianco, in genere, risulta stancante. Distinguiti. Crea un layout personalizzato, inserisci il tuo logo e assicurati che il design si adatti anche al mobile.



04 STEP

Scrivi un oggetto mail che attiri l'attenzione. L'oggetto della mail è la prima cosa che viene letta dall'utente ed è ciò che può fare la differenza tra una mail aperta e una ignorata o cestinata. Usa la creatività e fornisci un motivo per aprire la tua mail.



05 STEP

Programma e ottimizza l'invio delle mail. Una mail inviata al momento giusto ha più possibilità di essere aperta e letta con interesse. Sperimenta vari orari e basali sul tuo target.





06 STEP

Analizza i risultati. Questo è l'ultimo passo, ma è quello fondamentale. Un'analisi precisa ti consente di comprendere cosa ha funzionato meglio e come intervenire su eventuali errori. Soffermati sempre sull'analisi, crea dei report precisi (tassi di apertura, clic sulla call to action, etc) e ottimizzali.



Ricorda che ogni strategia di marketing va sempre sperimentata, analizzata e replicata. I risultati non arrivano mai subito, ma li ottieni sul lungo termine. L'email marketing non fa differenza. Dai valore alle tue mail e i tuoi prospect lo riconosceranno anche a te.

CEO BABBO NATALE DELIVERY S.P.A.



di TAMBURRINO & SINCICH

CHRISTMAS



Credere in me stesso. Non intendo credere nelle mie capacità, ma credere proprio alla mia esistenza, visto che ci sono tanti che ancora ne dubitano...



IL TUO SUPERPOTERE E QUELLO CHE VORRESTI AVERE

Ho già il dono dell'ubiquità, ma direi che l'invisibilità mi aiuterebbe parecchio nel mio lavoro.

UN PERSONAGGIO CHE INVITERESTI A CENA E UNO CON CUI LAVORARE

Vorrei lavorare con Jeff Bezos, leader di Amazon, essendo un esperto nel settore spedizioni e consegne. A cena con il Grinch: so di non stargli molto simpatico, magari riesco a fargli cambiare idea. UNA CANZONE
CHE DESCRIVE IL TUO
APPROCCIO AL LAVORO

"Felicità": senza quella non potrei fare questo mestiere.







Direi che ho girato abbastanza: da Sesto San Giovanni al Nepal passando per il più sperduto paesino della Cina, ogni anno vado ovunque.







ISSUE ISSUE

MYFAULT 13