



COMUNICA SECONDO MONTEMAGNO

EDIT BY MARIANGELA BONAPARTE



ZIONE

Marco Montemagno, milanese di nascita con laurea in Giurisprudenza. Carriera nel mondo della comunicazione sia in radio ma anche in televisione, quale ideatore e presentatore di programmi con tema web per Skytg24. Durante la sua carriera ha intervistato i personaggi più importanti del panorama internazionale come ad esempio Al Gore, Tony Robbins, Jeff Bezos (fondatore di Amazon), Oliver Stone e tanti altri ancora. Creatore del più grande network di blog professionali, Blogosfera, venduto nel 2009 al Sole 24ore. Ha portato in Italia eventi come Social Media Week ed ha ideato la prima Start up School.

Il nostro bell'italiano qualche anno fa decide di trasferirsi nel Regno Unito, terra dalla quale tutti i giorni comunica con noi attraverso i suoi canali social pubblicando un suo video in cui offre suggerimenti e spunti di riflessione per coloro che cercano di sapere e capire di più su come muoversi nel mondo web, oppure parlando dell'approccio mentale del quale bisogna predisporre per intraprendere la carriera di imprenditore del mondo internet. Lui, divulgatore digitale e scrittore di successo, Codice Montemagno (Mondadori), si definisce "dilettante professionista" e assolutamente non vuole essere chiamato Guru noi, invece, lo vediamo come il "miglior prodotto italiano esportato all'estero".

Mentre lo aspettavo immaginavo una persona forse più distaccata e invece davanti a me è arrivato un uomo dal sorriso gentile e dall'atteggiamento amichevole che ha saputo dare vita ad un'intervista dal sapore di una "chiacchierata tra due vecchi amici che non si vedono da un po'".

Marco Montemagno was born in Milan and holds a degree in Law. He embarked on a career in the world of communication, both on the radio but also on television, as creator and presenter of programs with a web theme for Skytg24. During his career, he interviewed the most important personalities on the international scene such as Al Gore, Tony Robbins, Jeff Bezos (founder of Amazon), Oliver Stone and many others. He is the creator of the largest professional blog network, Blogosfera, sold in 2009 to Sole 24ore.

He brought events like Social Media Week to Italy and he conceived the first Start up School.

Our beautiful Italian, a few years ago, decided to move to the United Kingdom, land from which he communicates with us every day through his social channels by publishing a video offering tips and food for thought to those seeking to know and understand more on how to move in the web world, or talking about the mindset you need to have to start a career as an entrepreneur in the internet world. He is also a digital influencer and successful writer (Code Montemagno, Mondadori) and defines himself as "professional amateur" and absolutely does not want to be called Guru, but we see him as the "best exported Italian product".

While I was waiting for him, I imagined a more detached person and instead I was approached by a man with a gentle smile and friendly attitude who was able to give life to an interview from the taste of a "chat between two old friends who did not meet for a while".



Italian, with a degree in Law achieved before the crisis and a professional table tennis player. What made you fall in love with the web to the point setting yourself into this job, abandoning the "certainties" of those years?

I started during the pre-internet era. When I was seventeen, internet did not exist, not as we know it today, not even cell phones were like now, the iPhone for example is from 2007.

My choices were designed for that time. I thought I was a lawyer, so I qualified for legal aid, but when I got into action I realized it was not what I wanted to do. Actually, I did not know what I wanted to do. Those were the years when the internet got a foothold and seemed like a futuristic thing, but I was not sure I wanted to work on the web. One day a friend of mine, who had a CAD company, asked me to help him. I did not know what the cad was and not even what marketing was, but I started collaborating with him and from there it all started.

I would have thought to an "innate passion", instead, you are telling me that it was a coincidence?

Yes. But if I look back, I see some signs. For example, I proposed the degree thesis in "computer crimes". It seemed like an interesting theme, but my professor, who believed that the internet was a hoax, advised against it and I then worked on a thesis on the "duty of information to protect the consumer".

I was interested in the web world, but I did not know it would be my path.

Do you believe you are brave?

I am not brave in my character. I do not see myself as Elon Musk (Founder and CEO of Tesla Motors) but as a "professional amateur".

Italiano con laurea in Giurisprudenza negli anni prima della crisi e giocatore professionista di ping pong. Cosa ti ha fatto innamorare del web al punto di votarlo a lavoro abbandonando le "certezze" che offrivano quegli anni?

Sono partito durante l'era pre-internet. Quando avevo diciassette anni internet non esisteva, non così come lo conosciamo, neanche i cellulari erano come adesso, l'iphone ad esempio è del 2007.

Le mie scelte sono state pensate per quello che era il mio tempo. Pensavo di fare l'avvocato quindi ho fatto l'abilitazione al patrocinio, ma al momento di entrare in azione ho capito che non era quello che volevo fare. In realtà non sapevo cosa avrei voluto fare. Erano gli anni in cui internet prendeva piede e sembrava una cosa futuristica, ma non ero sicuro di voler lavorare nel web. Un giorno un mio amico, che aveva una società di cad, mi chiese di aiutarlo. Io non sapevo cos'era il cad e neppure cos'era il marketing ma ho iniziato a collaborare con lui e da lì tutto è partito.

Avrei pensato in una "passione innata", invece, mi dici che è stata una casualità?

Sì. Però se guardo adesso vedo dei segnali. Ad esempio ricordo che proposi la tesi di laurea sui "crimini informatici". Mi sembrava un tema interessante, ma il mio professore, che credeva che internet fosse una bufala, lo sconsigliò quindi feci una tesi sul "dovere d'informazione a tutela del consumatore". Avevo un interesse per il mondo web, ma non sapevo che sarebbe stata la mia strada.

Ti definisci un coraggioso?

Io non sono un coraggioso di carattere. Non mi vedo come Elon Musk (Fondatore e CEO di Tesla Motors) ma come un "dilettante professionista".



Da ragazzo ero un giocatore di ping pong professionista, ad un certo punto decisi di andare via dall'Italia per avere, all'estero, la possibilità di misurarmi con chi aveva tecniche e approccio al gioco diverso dal mio.

Mi sono sempre messo in discussione. Credo che se non lo fai tu alla fine arriva qualcuno che ti metterà "fuori gioco".

Se vuoi migliorare devi sempre metterti in discussione. La stessa idea la porto sul lavoro, il mondo cambia e devi cambiare pure tu. Ho fatto tv per tanto tempo parlando del mondo web, poi ho pensato che se volevo continuare a parlare di digitale era giusto che dimostrassi d'esserci dentro.

Cos'è la Community Slashers, come nasce e com'è il "vero Slasher" nella testa di Marco Montemagno?

L'idea parte da "un mio vissuto". Mi sono sempre sentito a disagio quando mi chiedevano quale fosse il mio mestiere ma solo perché non rientra tra le tipologie classiche. Una volta entravi in un'azienda e lì rimanevi fino alla pensione, oggi il lavoro è cambiato, ad esempio io lavoro con internet però faccio eventi e altro ancora.

Il mondo di oggi è diverso, se vuoi con le connessioni puoi fare mille cose diverse. Ci sono fotografi che online vendono orologi.

Questi evoluzioni sono interessanti e la community di Slashers si basa su questi modi di lavorare, pensare e quindi essere. "Slashers" sono persone intraprendenti che hanno i loro progetti, sono persone che vogliono costruirsi.

Sei un imprenditore del web. Spiegalo a chi non crede nel web.

Sono un imprenditore nel web in pratica lancio progetti che stanno online. Muovi persone che lavorano tutti i giorni nel web. E' come fare un ristorante.

As a boy, I was a professional table tennis player. At one point I decided to leave Italy to have, abroad, the chance to measure myself with those who had techniques and approach to the game different from mine.

I have always questioned myself. I believe that if you do not do it, in the end someone else will put you "offside". If you want to improve you always have to question yourself. I bring the same idea to work, the world changes and you have to change too. I made TV for a long time talking about the web world, then I thought that if I wanted to continue talking about the digital matter, it was correct to show that I was in it.

What is the Community Slashers, how was the "true slasher" born in Marco Montemagno's head?

The idea starts from my own experience. I always felt uncomfortable when I was asked about my job, but only because it is not among the classic types. In the past, you joined a company and stayed there until you retired. Today work has changed, for example I work on the internet, but I also organize events and more.

Today's world is different. If you want, thanks to connections you can do thousands of different things. There are photographers who sell watches online. These evolutions are interesting and the community of Slashers is based on these ways of working, thinking and therefore being. "Slashers" are enterprising people who have their projects, they are people who want to bootstrap themselves.

You are a web entrepreneur. Explain it to those who don't believe in the web.

I am a web entrepreneur, practically I launch projects online. I move people who work every day on the web. It's like creating a restaurant, not phys-



ical but online. On the one hand it's easy, in a short time you can be on the net. On the other hand, it's very difficult because you have to face a ruthless competition. Then, you know, being an entrepreneur means constantly solving problems, small or large. If one wants to tell the beautiful story, oh well ... The important thing is to understand that adversity exists in work but can be overcome. I'm not a motivator, but some videos I do serve to make people understand that in the face of adversity, you should never give up.

Marco, you always refer to quotes... how much do you read?

After graduation I spent years without reading. When I moved to England I underwent a change because I was known in Italy, but not in the UK, so I had to reinvent myself and I had to update myself to do it. I took this rhythm, I read many things in parallel. I do not remember everything, but I recall some things, some concepts. I re-read some books and it's a pleasure.

Why do you think Italian companies do not invest in digital communication?

The problem is the companies' culture. There is a lack of knowledge of the internet, its capabilities and its method of use. This has a high price when new companies are born, created by young guys, who take whole slices of the market.

You interviewed many people of international standing, who inspired you most?

I can say that Jeff Bezos is an absolute genius. Maybe he is negatively

te, non fisico ma on line. Da una parte è facile, in poco tempo puoi essere in rete dall'altra è difficilissimo perché devi far fronte ad una concorrenza spietata. Poi sai fare l'imprenditore significa risolvere continuamente problemi, più o meno piccoli o grandi. Poi se uno vuole raccontare la storiellina bella, vabbè... L'importante è capire che le avversità ci sono nel lavoro ma si possono superare. Io non sono un motivatore ma alcuni video che faccio servono per far capire che davanti alle avversità non si deve mai mollare.

Marco, fai sempre citazioni, ma quanto leggi?

Dopo la laurea ho passato anni a non leggere. Quando mi sono trasferito in Inghilterra ho avuto un momento di cambio perché in Italia ero conosciuto, ma nel Regno Unito no, così ho dovuto reinventarmi e e per farlo ho dovuto aggiornarmi. Ho preso questo ritmo, leggo tante cose in parallelo. Poi però non ricordo tutto, ma alcune cose mi restano. Mi restano i concetti, alcuni libri li rileggo ed è un piacere.

Perché secondo te le aziende italiane non investono nella comunicazione digitale?

Il problema è la cultura delle aziende. C'è una scarsa conoscenza del mondo web, delle sue capacità e del suo metodo d'utilizzo e questo si paga quando nascono nuove aziende, create da ragazzi giovani, che si prendono fette intere di mercato.

Hai intervistato molte persone di rilievo internazionale, chi ti ha maggiormente ispirato?

Posso dire che Jeff Bazos è un genio assoluto. Forse è visto male perché

Amazon è cresciuta moltissimo. Lui è uno di quelli che durante l'intervista l'ho bloccato per prendere appunti perché ogni due minuti dava degli spunti sui quali riflettere.

Un altro personaggio di grande ispirazione è Tony Robbins.

Quali sono gli elementi che una start up deve avere per potersi ritagliare uno spazio?

Una start up deve avere un mercato dove ci sia una nicchia precisa di persone che abbia una specifica necessità da risolvere e che abbia soldi da investire per la risoluzione del problema. Ad esempio, gli appassionati della Lamborghini vogliono qualcosa di particolare in macchina. Questa è una nicchia di mercato che ha un problema e lo vuole risolvere con urgenza.

Tu offri loro un aggeggio che serve per personalizzare lo specchietto con il loro nome. Ecco trovato lo spazio per il tuo prodotto.

Molte aziende, anche giovani, guardano all'uso del web dal verso sbagliato, si concentrano su parametri che non servono. Ad esempio, se vendi mazze da golf e fai un video di gattino che giova a golf quasi sicuramente farai un milione di visualizzazioni ma su un pubblico che non gioca a golf quindi che non ti serve a nulla. Il problema non è nel numero di visualizzazioni del video ma nella creazione di contenuti, che siano adatti al pubblico che compra il tuo prodotto. I risultati di vanità non servono a nulla

Con l'avanzata maggiore di Instagram, sono sempre Facebook e LinkedIn i social più indicati per la promozione aziendale?

In Italia Facebook domina, Instagram va avanti bene mentre LinkedIn è più ferma. Di sicuro li sceglierei tutti però, meglio essere bravo in uno che "captan mutanda" in tutti.

Con il sempre maggiore investimento dei grandi marchi tecnologici verso la realtà aumentata, come potrà cambiare la nostra vita?

Credo che nei prossimi cinque anni vedremo un grande salto verso la realtà aumentata. Facciamo l'esempio della telefonia. I telefonini li hai già venduti, chi più avanzato chi meno, non puoi pensare di restare fermo solo con questo prodotto, devi proporre qualcosa in più.

Devi fare un salto in avanti. L'Italia è migliorata, quindici anni fa tu eri poco considerato se lavoravi in internet, oggi le cose sono cambiate in modo positivo. A mio parere l'Italia può realizzare tanti progetti basati sul reale Made in Italy, dentro questo termine ci sono tanti professionisti proiettati nel web e il suo futuro.

Montemagno scrittore. Dopo il successo di "Codice Montemagno" quali sono i progetti futuri?

Nel prossimo futuro un altro libro. Ecco magari diverso da Codice Montemagno, non mi piace replicare. ■

seen because Amazon has grown a lot. He is one of those people whom, during the interview, I stopped to take notes because every two minutes he gave some ideas to think about. Another great inspiration is Tony Robbins.

What are the elements that a start-up must have in order to carve out a space?

A start up must have a market where there is a precise niche of people who have a specific need to solve and who have money to invest in solving the problem. For example, Lamborghini enthusiasts want something special in the car. This is a market niche that has a problem and wants to solve it urgently.

You offer them a gadget that serves to personalize the mirror with their name. Here is the space for your product.

Many companies, even young ones, look at the use of the web from a wrong angle, they focus on parameters that are not needed. For example, if you sell golf clubs and make a kitty video playing golf you will almost certainly make a million views but on an audience that does not play golf, so it doesn't help.

The problem is not in the number of video views but in the creation of content, which are suitable for the public who buys your product. Vanity is useless.

With the up-take of Instagram, are Facebook and LinkedIn the most suitable social media for business promotion?

In Italy Facebook dominates, Instagram goes on well while LinkedIn is steadier. Of course I would choose them all, however, better to be good in one that "Captain Underpants" in everyone.

With the increasing investment of the big technological brands towards augmented reality, how will our life change?

I believe that in the next five years we will see a great leap towards augmented reality. Let's take the example of telephony. If you already sell mobile phones, either less or more advanced, you cannot think of staying still with this product only, you have to propose something more. You have to jump forward. Italy has improved, fifteen years ago you were not much considered if you worked on the internet, today things have changed in a positive way. In my opinion Italy can realize many projects based on the real Made in Italy. Within this term there are many professionals projected on the web and on its future.

Montemagno writer. After the success of "Codice Montemagno" what are your future projects?

In the near future, there is another book. Maybe different from Codice Montemagno, I do not like to repeat myself. ■