



COMUNICATO STAMPA

Myntelligence diventa MINT, il nuovo brand che crea reale valore dal business digitale, rendendo il mondo dell'ADV sostenibile e accessibile a tutti

Milano, 16 settembre 2021 – Nell'era digitale emerge sempre più forte tra le aziende la ricerca di modelli di business sostenibili. In ambito digitale la sostenibilità significa partecipare alla creazione di una digital society a misura d'essere umano.

MINT [*mint.ai*], grazie ai suoi algoritmi di Intelligenza Artificiale e all'automazione dei processi di pianificazione e di acquisto della pubblicità, libera il tempo delle persone, creando efficienza e riducendo lo spreco.

“Spesso gli investimenti pubblicitari vengono percepiti solo come una voce di costo, sia da parte delle aziende, sia dei consumatori”, spiega **Andrea Pezzi, CEO di MINT**. “Un costo per le imprese che lamentano la mancanza di ritorno degli investimenti a causa della scarsa orchestrazione dei processi e ottimizzazione dei messaggi, uno spreco di risorse umane che vengono utilizzate per svolgere lavori ripetitivi senza alcun valore intellettuale, esponendole a errori e inefficienze. Dal lato del consumatore invece, la pubblicità rischia di diventare irrilevante quando il processo di pianificazione è inefficiente. MINT è un modo nuovo di pensare il business delle imprese e della società digitalizzata. Con i nostri clienti stiamo trasformando il mondo dell'ADV rendendolo automatizzato, intelligente e sostenibile, attraverso una piattaforma di Advertising Automation capace di ottimizzare la spesa in comunicazione, non discriminando a favore della dimensione dei capitali investiti”.

Intelligenza artificiale e Automazione sono il cuore della suite di piattaforme di MINT per capitalizzare sui big data dell'ADV e ottimizzare in tempo reale tutto il processo di gestione di una campagna media. A supporto di questa strategia, oltre alla piattaforma M1 dedicata alle Multinational Corporations e al segmento Enterprise, lo stesso cuore tecnologico e intelligente di MINT consente di servire, con la piattaforma M2, anche il segmento delle small business e il segmento delle micro-business con la piattaforma M3. Con il lancio di questi nuovi prodotti, MINT si candida a essere l'unica piattaforma che automatizza su tutti i canali di distribuzione dei messaggi pubblicitari, per tutti i segmenti del mercato. Automazione e intelligenza artificiale per tutti.

I MINTDREAMERS

In questa trasformazione, MINT è diventata anche una benefit company e ha inserito nel suo statuto i principi ESG, nominando al suo interno un Responsabile dell'Impatto.

“La collettività e l'ambiente sono per MINT veri e propri azionisti dell'azienda”, dice **Andrea Pezzi, CEO di MINT**. “Per questo dedicheremo parte del nostro lavoro alla ricerca di persone i cui sogni, se realizzati, potranno avere un impatto sociale e ambientale positivo. Questi sono i 'MINTDREAMERS'. Ogni anno l'azienda selezionerà, insieme ai clienti che vorranno aderire,

persone a cui devolgerà una somma di denaro a fondo perduto. Potranno essere studenti che necessitano di una borsa di studio, individui con una propria idea da realizzare, ma senza le opportune risorse economiche o che stanno attraversando una situazione difficile e desiderano risollevarsi attraverso la realizzazione di un'idea buona e utile per la comunità. Per un intero anno la storia di queste persone verrà resa pubblica sul sito di MINT e sui siti delle aziende partner del progetto che vorranno darle spazio. Oggi è una data importante, poiché la nostra azienda intraprende un percorso di evoluzione che mira a creare un nuovo modello e una nuova cultura nella realtà in cui operiamo: quella che vede nel pensare al bene di ogni singolo individuo l'unica strada per raggiungere il bene collettivo. E lo facciamo con la volontà di stabilire nuove regole del gioco, indicando la strada per un nuovo modo di fare le cose, l'unico possibile oggi. Il nostro payoff, CHANGE YOUR MINTSET, parla proprio di questo e i partner che aderiscono a questa rivoluzione culturale, che passa per una rivoluzione tecnologica, li chiamiamo MINTSETTERS", conclude Pezzi.

Company profile

MINT è un'azienda di tecnologia che fornisce agli advertiser per gestire in un unico luogo e in ottica multicanale tutti gli investimenti media sulle varie piattaforme AdTech e Media.

Le piattaforme di MINT consentono agli advertisers di orchestrare da un'unica interfaccia tutte le campagne display, social, search, video, mobile, SMS, e-mail, notifiche push e OOH. Grazie all'Intelligenza Artificiale e all'automazione dei processi, le aziende sono in grado non solo di rendere immediato tutto il processo di campaign management, dal brief alla reportistica, passando per la pianificazione, l'attivazione e il trafficking, ma anche di analizzare la grande mole di dati che viene prodotta dall'insieme dell'ecosistema multicanale, i "Big Data" dell'advertising, producendo ottimizzazioni in tempo reale e risultati impattanti di efficienza sull'investimento media.

Informazioni per i Media

Alessandra Pighi apighi@imageware.it

Stefania Trazzi strazzi@imageware.it

Imageware Group - Tel. 02 700251

piattaforme di Advertising Automation



MINT è un'azienda tecnologica MadTech (Marketing Advertising Technologies) che fornisce agli advertiser una tecnologia unica per gestire in ottica multi-canale (search, social, display, native, video, programmatic radio, connected TV, OOH, etc.) tutti gli investimenti sui mezzi pubblicitari e sulle relative piattaforme di acquisto.

I tre prodotti di MINT, **M1** per il segmento large enterprise, **M2** per il segmento delle piccole aziende e **M3** per quello del micro-business, sfruttano l'Intelligenza Artificiale per ottimizzare le campagne ed elaborare informazioni che consentono scelte più accurate, permettendo agli advertiser di guadagnare in efficienza, incrementare le proprie performance e il ritorno dell'investimento pubblicitario, investire così su prodotti migliori e più competitivi.

Inoltre, consentono il miglior impiego di risorse, a cominciare da quelle umane che, grazie all'automazione, possono dedicarsi alla realizzazione del progetto più importante: la propria crescita personale. MINT è un sistema che non discrimina in favore della dimensione dei capitali investiti ma, al contrario, valorizza le migliori idee delle imprese, qualsiasi sia la loro dimensione. Per questo l'attenzione di MINT è rivolta a portare sul mercato la migliore tecnologia e un modo nuovo di applicarla, con l'obiettivo di creare un nuovo modo di fare business, in cui le macchine sono uno strumento al servizio della sostenibilità delle aziende e dell'evoluzione di ogni singola persona.

La piattaforma M1. Pensata per il segmento più alto delle grandi aziende

La prima nata in casa MINT, una suite completa per consentire alle grandi aziende di gestire tutte le fasi della propria comunicazione digitale. Dalla strategia, alla creazione di audiences a target, dalla pianificazione, all'acquisto, dalla gestione operativa alla reportistica. Un'unica interfaccia dove fare tutto, con poco sforzo e tanta intelligenza artificiale basata sui propri dati di campagna. Grazie alla forza dell'automazione guidata dall'intelligenza artificiale, M1 riduce del 30% il tempo speso in attività operative, liberando preziose risorse che possono essere destinate a processi più strategici. Inoltre, l'uso e l'analisi dei dati storici delle campagne di marketing, consente alle aziende di migliorare l'efficacia delle proprie campagne fino al 40% rispetto ai sistemi tradizionali.

La piattaforma M2. Uno strumento di lavoro per le piccole aziende e le agenzie di servizi

Non solo uno strumento per le piccole aziende che vogliono gestire con semplicità il proprio investimento in comunicazione e sfruttare tutti i canali digitali come le grandi aziende, ma anche uno strumento di vendita B2B per le grandi forze vendite che ogni giorno gestiscono sul territorio rapporti commerciali con il mondo delle piccole aziende. Da oggi con M2, avranno uno strumento profittevole per aumentare il loro volume di affari e rendere più competitivi i propri clienti.

La piattaforma M3. Il digitale per tutti

Novità assoluta è l'applicazione per il micro-business: un tool che sfrutta la potenza dell'AI e dell'automazione per guidare le micro-aziende nella creazione di campagne pubblicitarie in modo semplice, ottimizzato e senza necessità di alcuna competenza specifica. Con pochi semplici passaggi chiunque può promuovere il proprio business sui migliori canali online e al pubblico più interessato in base al budget disponibile.

La tecnologia disruptive

Il motore intelligente di MINT è in grado di comprendere come ottimizzare in tempo reale i risultati di qualsiasi campagna online, basandosi sui dati prodotti dalla campagna stessa. La tecnologia è in grado di:

1. analizzare ciò che avviene a monte (investimenti pubblicitari, media mix, audience raggiunta e impostazioni della campagna) e ciò che accade a valle (vendite effettive, KPI media)

2. individuare le variabili che hanno un impatto ed elaborare la migliore strategia di investimenti
3. modificare in tempo reale e in modo automatico gli investimenti e le configurazioni dei canali media orchestrati per ottenere il miglior risultato.

I principali benefici per i clienti MINT sono:

- La generazione dell'Advertising Equity, un valore tutto nuovo che corrisponde alla capacità di raccogliere e processare qualsiasi dato e qualsiasi informazione derivi dall'investimento pubblicitario. L'Advertising Equity consente alle aziende di generare e rendere processabile un patrimonio informativo che fino a oggi è sempre rimasto fuori dall'azienda ed è capace di generare nel tempo un'efficienza di competitività 7 volte maggiore.
- Incremento del ROI e cost-saving: gli algoritmi di machine-learning lavorano per diminuire automaticamente il costo di acquisizione di un nuovo consumatore aiutando il brand a raggiungere audience maggiormente qualificate.
- Aumento di produttività ed efficienza dei teams: grazie all'automatizzazione dei processi di acquisto media la piattaforma elimina quei passaggi tediosi che richiedono tanto tempo e che sono soggetti a errori umani, consentendo così ai team dei clienti di focalizzarsi su altre attività più strategiche.

Le caratteristiche di MINT:

- **Innovazione.** Il modello innovativo di MINT per la prima volta abilita il brand a una totale internalizzazione di tecnologie e competenze attraverso un percorso di "in-housing" disegnato su misura per ciascun cliente.
- **Trasparenza e Ownership.** Le aziende ottengono il controllo totale su ogni euro speso in pubblicità. Inoltre, a differenza del ricorso alle agenzie media tradizionali, possono disporre direttamente e gestire i dati di campagne grazie al modello unico che prevede full-ownership delle tecnologie e del media per il cliente.
- **Scalabilità.** La tecnologia è stata sviluppata nel corso degli anni per permettere ai clienti di cogliere appieno il vero valore dei dati online a prescindere da quale paese o industry il brand operi, rendendo la piattaforma altamente scalabile.
- **Italianità.** MINT è proprietaria di una tecnologia tutta italiana. È un'azienda fondata e con sede fiscale e legale in Italia, che ha elaborato una tecnologia fortemente innovativa unica al mondo e per questo capace, nel suo settore di riferimento, di competere con le maggiori multinazionali del MadTech.

MINT fornisce la propria tecnologia a oltre 20 clienti, tra cui TIM, Stellantis, MasterCard, Western Union, Illimity, Dompè, e molti altri operando in oltre 40 Paesi.



Andrea Pezzi, Founder e CEO

Andrea Pezzi è socio fondatore e CEO di MINT.

Innovatore a tutto tondo, dal 1996 al 2006, come autore e conduttore di MTV, Mediaset e Rai contribuisce a rivoluzionare il linguaggio della televisione italiana. Nel 2014 fonda Myntelligence (oggi MINT) dopo aver osservato da vicino come la catena del viene stravolta dalle quattro grandi rivoluzioni economiche che il digitale ha introdotto: Liquid Economy, Sharing Economy, Data Economy, AI Economy.

Nata con l'obiettivo di cambiare il modo in cui le aziende gestiscono i loro budget pubblicitari, negli anni MINT assume una dimensione globale, arrivando a operare in oltre 30 Paesi e fornendo soluzioni tecnologiche per rendere efficienti e automatizzati gli investimenti del digital advertising in tutti i settori del mercato e per tutte le dimensioni di investimento. Negli ultimi quindici anni, Andrea Pezzi, ha dato vita a diverse iniziative imprenditoriali: oltre a GoalScout, venduta nel 2017 al gruppo cinese Wanda, fonda anche OVO, venduta nel 2020 e TheOutplay, che oggi è parte integrante del perimetro di MINT.

Classe 1973, Andrea Pezzi, laureato in Psicologia a indirizzo filosofico presso l'Università Statale di San Pietroburgo, è autore di quattro libri, tra cui "Fuori programma" (Ed. Bompiani) e "Io sono" (Ed. La Nave di Teseo), titolo omonimo dell'Associazione fondata nel 2019 con il desiderio di ridare forza alla visione dell'essere umano così come definito dai grandi padri della cultura umanista.



Carlo De Matteo, Co-founder e Chief Operating Officer

Carlo De Matteo è socio fondatore e Chief Operating Officer di MINT.

La digital technology caratterizza il percorso di Carlo De Matteo sin dagli esordi a Londra, dove inizialmente lavora in studi legali specializzati nel media e IT. Dal 2002 al 2008 in Hewlett-Packard, gestisce le strategie di in-housing del marketing, prima in EMEA e poi a livello globale. Nel 2008 incontra Andrea Pezzi, con cui nasce un sodalizio professionale molto produttivo. Prima ricopre il ruolo di General Manager della neonata OVO e dal 2010 diventa socio e fondatore delle successive TheOutplay e Myntelligence (oggi MINT).

Profondo conoscitore dell'industria digitale, è l'artefice dei prodotti e dei processi che hanno dato forma all'innovativa proposta di MINT: una piattaforma che integra e automatizza i processi e le tecnologie del digital advertising consentendo una vera trasformazione del mercato.

Classe 1973, Carlo De Matteo è laureato in Giurisprudenza presso l'Università Statale di Milano e successivamente ha conseguito una laurea magistrale in Media e Technology presso European School of Advanced Studies. Dal 2017 affianca alla sua attività imprenditoriale quella accademica presso l'Università dell'Unione delle Camere di Commercio, dove è docente e istitutore del primo corso di Economia Digitale in Italia.



Massimo Fontana, Chief Client Officer

Massimo Fontana è Chief Client Officer di MINT e membro del Board. In questo ruolo è responsabile della gestione del portafoglio clienti di MINT garantendo eccellenza nel delivery e innovazione nell'uso della tecnologia MINT.

Fontana, che vanta un'esperienza ventennale nell'industry dell'advertising digitale e delle nuove tecnologie applicate ai media, entra in azienda a giugno 2020 con l'acquisizione di Trust & Value da lui fondata e prima realtà nel nostro mercato specializzata nella consulenza di progetti di In-housing del digital advertising. L'operazione, unica nel suo genere nell'industry dell'advertising digitale, ha dato vita a un'eccellenza tutta italiana che ha messo a fattor comune l'innovativa expertise tecnologica di MINT con le capacità consulenziali e di in-housing di Trust & Value.

Con una lunga esperienza nell'industry dei media digitali, Massimo Fontana è riconosciuto come uno dei massimi esperti italiani di tecnologie applicate all'ambito media e comunicazione. Sin dall'inizio della sua carriera è stato un attento osservatore e pioniere nel promuovere il cambiamento nei modelli di comunicazione dei brand consumer facendo leva sulle potenzialità delle nuove tecnologie, supportando le aziende a trasformare l'innovazione digitale in concrete opportunità di business.

Prima di fondare Trust&Value (ora incorporata in MINT) ha ricoperto il ruolo di Chief Digital-Programmatic Officer del gruppo Dentsu Aegis Media, inizialmente per il solo mercato italiano e successivamente per l'intera area EMEA. Prima dell'ingresso in Dentsu Aegis, Fontana si è dedicato ad alcune iniziative imprenditoriali di successo, aprendo in Italia il primo AdNetwork digitale indipendente e successivamente la prima Consumer Data Platform, attualmente ancora integrata a piattaforme internazionali quali Google DV360.

Tra le principali esperienze manageriali di Massimo si annoverano la gestione della start-up del portale Italiano di Microsoft (MSN) dal 1998 al 2001 e le esperienze nel ruolo prima di Director della divisione di Consumer Mobile VAS di Ericsson Italia e successivamente di Digital Marketing Director di RCS Periodici.



Davide Brandini, Chief Sales Officer

Davide Brandini è Chief Sales Officer di MINT.

Laureato in Informatica con il massimo dei voti presso l'Università degli Studi di Milano e con un Master conseguito presso la London Business School, Davide Brandini ha maturato una lunga esperienza e profonda conoscenza del settore telecomunicazioni in Italia ed in Europa.

Si è unito al Management Team di MINT nell'aprile 2021 con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente la presenza dell'azienda nel mercato del Digital Advertising valorizzando asset, modello innovativo e il ruolo di player chiave nella "Digital Transformation" delle aziende verso nuove modalità di gestione della comunicazione digitale.

Oltre a rafforzare la presenza di MINT sul segmento Large Enterprise, storicamente il mercato di riferimento dell'azienda, l'attività di sviluppo commerciale è diretta a coprire anche Medium, Small e Microbusiness tramite partnership commerciali ad hoc e lo sviluppo di prodotti dedicati come la piattaforma per le Agenzie e un'APP.

Prima di far parte di MINT, Davide Brandini ha guidato il Settore Pubblica Amministrazione e Sanità di Vodafone Italia, gestendo l'organizzazione verticale composta da canali diretti e indiretti, dedicata al Settore Pubblico Centrale e Locale, operante su tutto il territorio Nazionale.

In precedenza, ha ricoperto il ruolo di Country Manager per l'Italia di Vodafone Global Enterprise (VGE) e di Head of Sales - South Europe di Vodafone Global Enterprise.

Appassionato di sport, Davide Brandini cerca di continuare a praticare quelli che ama maggiormente come lo sci e il nuoto, ma la vera passione a cui dedica energie residue e tutto il suo tempo libero è il figlio Leonardo, con cui ama viaggiare scoprendo il mondo e le culture differenti.

Davide Brandini infine, si interessa di tematiche ambientali, musica (punk, hard e prog rock) e storia.



Massimiliano Frank, Chief Finance Officer

Massimiliano Frank è Chief Finance Officer di MINT.

Avvia la sua carriera nel dipartimento Mergers and Acquisitions di Morgan Stanley, dove guida numerose transazioni internazionali, per poi passare nel 2000 a Fininvest, una delle più grandi holding finanziarie private in Italia, in qualità di Head of Corporate Finance, occupandosi anche di private equity e venture capital. Nel corso degli anni Massimiliano Frank promuove e segue numerosi investimenti nel settore del digital, tra cui quello in Facile.it, azienda che lo ha visto membro del consiglio di amministrazione.

Passando per l'incarico di Managing Director di Mediafond, nel 2015 entra in TheOutplay come Chief Executive Officer, dove gestisce le divisioni corporate, finanziaria, legale e delle risorse umane. L'esperienza nella industry della tecnologia a supporto dei nuovi modelli del marketing prosegue con l'ingresso nel 2020 in Myntelligence (oggi MINT) dove, in virtù della sua più che ventennale esperienza in ambito finanziario e della sua profonda expertise nel campo della consulenza strategica, supervisiona lo sviluppo del business e la massimizzazione dei profitti negli oltre 30 mercati in cui opera l'azienda.

Classe 1969, Massimiliano Frank ha conseguito una laurea in Finance and Business Administration presso l'Università di San Gallo in Svizzera.



Anna Maria Cova, Chief People Officer & ESG

Anna Maria Cova è Chief People Officer & ESG di MINT.

Anna Maria Cova ha una laurea in economia e una in psicologia e una lunga esperienza nell'ambito delle risorse umane, maturata prevalentemente in un contesto internazionale.

In MINT si occupa della gestione del personale e di employer branding, con particolare attenzione a sostenibilità, diversità e inclusione, pianificazione e organizzazione delle risorse umane.

Precedentemente ha lavorato come consulente presso Sestante, un network attivo nel campo della formazione e dello sviluppo personale e professionale attraverso l'approccio dell'empowerment. Per oltre vent'anni, ha operato come specialista in risorse umane presso la filiale italiana di Deutsche Bank come responsabile delle attività di selezione, valutazione del potenziale ed employer branding.

Dal 2014 Anna Maria Cova è inoltre docente a contratto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, prima nel corso di Competenze Manageriali e successivamente in quello di Gestione del personale. Dal 2012 insegna al Master di International Human Resources dove coordina i moduli relativi agli strumenti di selezione e valutazione del potenziale.