

Pierluigi Spalletta

# HATERS

Come gestire al meglio  
e **monetizzare**  
chi ci attacca



Dario Flaccovio Editore



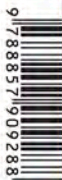
**Gli hater sono uno dei fenomeni più sentiti del nostro tempo. Ma come è possibile gestirli? Come resistere a insulti e stress? Come si diventa immuni alle offese? Ancora meglio: come avvantaggiarsene, anche finanziariamente? Questo libro dà risposta alle tante domande.**

Gli "odiatori" sono sempre esistiti ma con i social il fenomeno è esploso in tutta la sua forza dirompente. Per questo ho sentito il bisogno di rifletterci su e di indicare qualche soluzione pratica, con delle vere e proprie strategie per volgere a tuo favore anche le situazioni più antipatiche. Attraverso schemi, esempi e flussi logici, ho messo insieme una serie di spunti che ti aiuteranno a riportare l'attacco a una dimensione più lucida e meno emotiva: l'obiettivo è uscirne fuori indenne, senza troppo stress e possibilmente rafforzato, sia nel carattere sia nel portafoglio.

Per mostrarti come trarne un vantaggio economico, ho intervistato alcune persone di successo che hanno spesso a che fare con questi individui e ne ho estratto dei modelli di comportamento efficaci. Se seguirai le linee-guida di questo libro, quindi, non solo trarrai notevoli benefici da ogni "scontro", ma in più otterrai delle giuste ricompense per un lavoro ben fatto.

**Pierluigi Spalletta**

Affamato di libertà e di crescita, ha iniziato un nuovo percorso dopo aver perso il suo vecchio lavoro come programmatore. Coltiva quotidianamente le sue tante passioni: famiglia, benessere, chitarra, sviluppo personale, marketing, trading, libri.







Pierluigi Spalletta

# HATERS

LIQUID**business**

Pierluigi Spalletta  
HATERS

ISBN 9788857909288

© 2019 by Dario Flaccovio Editore s.r.l. - tel. 0916700686

siti: [darioflaccovio.it](http://darioflaccovio.it)  
[webintesta.it](http://webintesta.it)  
[darioflaccovioeventi.it](http://darioflaccovioeventi.it)  
blog: [magazine.darioflaccovio.it](http://magazine.darioflaccovio.it)

Prima edizione: luglio 2019

Spalletta, Pierluigi <1972->

Haters / Pierluigi Spalletta. -  
Palermo : D. Flaccovio, 2019.

ISBN 978-88-579-0928-8

1. Calunnie [e] Minacce -- Impiego [de] Media sociali.  
302,231 CDD-23 SBN PAL031357

*CIP - Biblioteca centrale della Regione siciliana "Alberto Bombace"*

Stampa: Officine Grafiche soc. coop., Palermo, luglio 2019

#### RINGRAZIAMENTI

Ai Beatles, ai Pink Floyd, a Miles Davis, a Scott Henderson e a tutta la musica portatrice sana di emozioni.

A Steve Jobs, ad Alfio Bardolla e tutta la ABTG per aver risvegliato in me la consapevolezza di poter essere liberi e felici.

Un grande grazie a tutti quelli che sono presenti in questo libro: Mauro Aimi, Davide Mitscheunig, Guido Oliva, Riccardo Scandellari.

E naturalmente un grandissimo grazie va a Lorenzo Ait e a Dario Flaccovio Editore, che hanno creduto in me per questo progetto e hanno permesso la pubblicazione di questo libro.

Grazie.

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte.

La fotocopiatura dei libri è un reato.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

## Indice

Prefazione.....	pag.	9
Premessa.....	»	13
<b>1. All'improvviso gli hater</b> .....	»	15
1.1. Cosa c'entro io con gli hater?.....	»	15
1.1.1. Troll, saccenti, hater e altre tipologie.....	»	17
1.2. Chi dovrebbe leggere e soprattutto usare questo libro?.....	»	19
1.3. Se riuscirai a sopportare.....	»	23
1.4. Sei preparato ad affrontarli?.....	»	24
1.4.1. La genesi (come nascono gli hater).....	»	25
1.4.2. Personaggi famosi.....	»	25
1.4.3. Network marketer.....	»	27
1.4.4. Digital marketer.....	»	28
1.4.4.1. Blogging/siti.....	»	29
1.4.4.2. E-commerce.....	»	30
1.4.4.3. Landing Page.....	»	31
1.4.4.4. Email marketing.....	»	31
1.4.4.5. Social media.....	»	32
1.4.4.6. Altri strumenti: app, SEO, SEM, Growth hacking.....	»	32
1.4.4.7. Storytelling.....	»	33
1.4.4.8. Funnel.....	»	37
1.4.4.9. Copywriting.....	»	38
1.5. Preparati prima al peggio e poi al meglio.....	»	39

<b>2. Ma non ti sei accorto che i colossi dell'e-commerce hanno ucciso il mio negozietto?</b> .....	»	41
2.1. Abbiamo bisogno della crisi.....	»	41
2.2. Io credo nel lavoro serio.....	»	43
2.3. Ignorare o rispondere per le rime?.....	»	44
2.4. Le obiezioni più comuni.....	»	45
2.4.1. "Non ho soldi".....	»	46
2.4.2. "Non ho tempo".....	»	46
2.4.3. "Se fosse così facile lo farebbero tutti".....	»	47
2.4.4. Varie ed eventuali.....	»	48
2.5. La differenza tra lui e me.....	»	49
<b>3. Ascoltare, praticare molto yoga e passare all'azione</b> .....	»	51
3.1. La cassetta degli "haterezzi".....	»	51
3.2. Sua maestà il copywriting.....	»	52
3.3. I canali di comunicazione/marketing e l'hater journey.....	»	57
3.3.1. One to one.....	»	57
3.3.2. Cenni sulla negoziazione.....	»	60
3.3.3. Telefono.....	»	65
3.3.4. Social media.....	»	67
3.3.5. Blog/Forum.....	»	70
3.3.6. Email.....	»	70
3.3.7. Recensioni siti/libri.....	»	72
3.4. Il telecomando: il cambio di canale.....	»	73
3.5. Soluzioni creative al volo.....	»	74
3.6. Ma allora te le cerchi.....	»	75
3.7. La conversione.....	»	75
<b>4. Da hater a farfalla</b> .....	»	77
4.1. I bruchi motivati.....	»	77
4.2. Ho fatto l'intervistatore.....	»	80
4.2.1. Mauro Aimi.....	»	80
4.2.2. Davide Mitscheunig.....	»	80
4.2.3. Guido Oliva.....	»	85
4.2.4. Lorenzo Ait.....	»	85
4.3. La metamorfosi.....	»	92
In conclusione.....	»	95



Dedico questo libro ai miei genitori, che mi hanno donato 'sta roba strana e meravigliosa chiamata vita. A mia sorella che mi sopporta e mi ha sopportato tanti anni, anche quando le mettevo la segatura nei cassetti per farle i dispetti (genio del male...).

A mia moglie che mi sopporta più di mia sorella. È una donna speciale e da qualche anno una mamma meravigliosa: non riesco a immaginarmi una vita senza di lei (e vada a quel paese chi non crede all'amore eterno). Al mio piccolo Davide. Non sono uno di quelli che dicono: "In questa vita tremenda almeno lui mi strappa un sorriso...". No. La vita era bellissima anche prima di lui. E ok, un figlio te la migliora, ma Davide, proprio lui, me la migliora un po' di più.

Ai nonni, fondamentali per l'infanzia e tutto quello che ne consegue.

Ai miei amici più cari Ivan, Massimo, Neno. Nemmeno fossimo i quattro moschettieri, abbiamo fatto un sacco di stupidaggini insieme: dovremmo farne ancora qualcuna ogni tanto.

Agli zii, ai cugini. Quando scendevamo in spiaggia eravamo così tanti da sembrare un paese intero. Sono il più piccolo di tutti e questo mi ha portato a subire molte angherie (sono stato sfruttato per fare le piste delle biglie, ad esempio) che forse spiegano tutto :)

E ovviamente agli *hater*, persone che non capiscono cosa sta succedendo nel mondo e che hanno trovato, soprattutto nei social, la principale valvola di sfogo. Mi piacerebbe perfino aiutarli, ma nel frattempo possiamo fare in modo che loro aiutino noi.



## Prefazione

di Lorenzo Ait

Tra i finanziatori delle mie attività ci sono gli hater. Gli hater che preferisco sono coloro che, ignorando completamente come funzioni il codice penale, pensano che dare del «truffatore» a un imprenditore che pubblicizza la sua azienda sia libertà di opinione e non diffamazione, con l'aggravante della diffamazione a mezzo stampa se lo fai sui social. Perché li preferisco? Perché, semplicemente, anche in Italia, dove non sempre c'è certezza del diritto, solitamente in meno di sei mesi si ottiene una condanna in contumacia che li vede soccombere e dover pagare tra i due e i quattromila euro circa, di media allo Stato, più i danni eventuali, per un commento diffamatorio. La cosa più divertente è che questi personaggi il più delle volte non sanno neppure di essere stati querelati finché non gli arriva la condanna, proprio perché questa è pronunciata in contumacia. Ci si rende conto della loro totale incoscienza quando aggravano la loro situazione, perseverando nella diffamazione anche dopo che è stata comunicata loro la querela.

Ma cosa dicono solitamente gli hater, ad esempio, a chi fa il mio mestiere (cioè l'imprenditore)? Fanno sempre gli stessi commenti. Verifica, ti scrivo di seguito alcuni evergreen:

"Eccone un altro".

"Ecco un altro fuffa-guru truffatore".

"Ne spuntano come funghi".

"Li fanno con lo stampino".

"Ma ti pare che se conoscevi un metodo per fare soldi, lo dicevi in giro?".

"State in guardia".

"Ma da dove sono usciti, perché ne vedo sempre di più?".

Ecco, in questa breve prefazione voglio rispondere a queste persone.

Dov'erano tutti questi imprenditori che oggi, caro hater, vedi online? Erano sui giornali di economia: giornali che tu, hater, non hai mai sfogliato. Erano nelle librerie: libri che tu, hater, non hai mai letto. Tenevano seminari in aziende, scuole, istituti; seminari che tu, hater, non hai mai frequentato. Esistevano da prima. E l'unica ragione per la quale oggi ti accorgi che esistono e che sono così tanti e che c'è tutto un mercato del quale ignoravi l'esistenza...è che oggi, grazie alla società liquida, hai a disposizione gratuitamente dei mezzi che ti permettono di raggiungere chi vuoi tu.

Capisci? Tu li vedi, e ti accorgi che esistono, perché *loro* hanno deciso di entrare nella tua vita. Hanno deciso di prepotenza che *non puoi più ignorarli*. Pensa che strano: tu ti senti superiore, magari fai anche il bulletto prendendoli in giro, ma sono loro, non tu, a decidere che adesso tu darai loro attenzione. Loro, non tu. Tu non hai voce in capitolo. Ed è questo che ti fa imbestialire, proprio come tutti quegli hater che non possono fare a meno di scrivere "chi ti si fila":

beh, tu, e te lo fili così tanto che interagisci nei loro tread e condividi i loro post senza essere neppure pagato. E lo fai perché non hai la minima idea di come funzionino i mezzi che usi ogni giorno.

Vedi, ti accadranno due cose, caro hater. Anzitutto vedrai molto più spesso che persone insospettabili, nei settori più disparati, si promuoveranno nelle stesse modalità che oggi prendi in giro. Secondo, lo faranno esattamente nel modo che a te, che sei ignorante in materia, sembra così ovvio prendere in giro: cioè non con le pubblicità professionali alle quali ti ha abituato la TV; ma con sistemi immediati, poco elaborati, video tagliati male, spesso girati con un telefonino. E quelle persone, mentre le prendi in giro, ti surclasseranno in tutto quello che fai. Grazie a ciò per cui li prendi in giro.

Quello è ovvio agli occhi di tutti ma non ai tuoi, è che dovresti capire come integrare quei sistemi che oggi la società liquida ti mette a disposizione gratis o al costo di un caffè, nel tuo lavoro e nella tua vita. Ma sei troppo stupido per farlo. Sì, lo so, dovrei dire "sei troppo impegnato", ed essere più politicamente corretto, *polite*. Ma la verità è che sei stupido. Sei stupido, quando tiri gomitate ai tuoi compagni taggando il nome di qualcuno condividendo emoticon scherzose sotto cose che, mi spiace per te, non capisci. Morirai seppellito dalle faccine e il mondo non si fermerà a chiedersi che fine hai fatto. Perché già adesso nessuno si chiede cosa stai facendo. Sei tu che commenti quello che fanno gli altri: nessuno commenta quello che fai tu, perché tu non corri rischi, sei il borghese di Pasolini. Te lo ricordi?

*«Per difendermi, dopo l'ironia, avevo il silenzio. Quanta inutile buona educazione. Padre nostro che sei nei cieli... Che me ne faccio di quest'uomo così ben difeso contro gli imprevisti!?!»*

Che te ne fai? Pensi di essere più furbo della media ma sei solo un borghese nella media.

Ma io, caro hater, ovviamente queste cose non le sto spiegando a te. Perché io lo so, tu sei troppo impegnato a dare lezioni. E quindi caro hater, solo una cosa voglio dirti, in questa società liquida nella quale viviamo tutti: auguri, ne hai bisogno.

Per tutti gli altri lettori, spero che si godano questo libro.

## Premessa

L'hater è quella persona che non riesce a capire come e quanto il mondo stia cambiando e sfoga la propria frustrazione contro le persone di successo.

Il titolo del libro non tragga in inganno: l'obiettivo non è convertire l'hater in cliente; cioè: può anche capitare ma non è quello il fine ultimo.

È ben altro.





## 1. All'improvviso gli hater

### 1.1. Cosa c'entro io con gli hater?

Ciao, mi chiamo Pierluigi Spalletta e voglio spiegarti perché sono qui a parlarti degli hater, gli "odiatori professionisti" (tradotta in italiano è una parola ancora più fastidiosa...).

Premessa più che doverosa: non sono un sociologo, uno psicologo, un personaggio famoso (prima di questo libro almeno...): sono solo uno che cerca di stare al passo con i tempi. Ritengo ci siano delle cose fondamentali che devono essere approfondite, soprattutto nel periodo che stiamo vivendo, un periodo come nessun altro prima, nella storia.

Fino a poco tempo fa quello degli hater era un fenomeno abbastanza trascurabile, sia perché solo i clienti potevano prendersi la libertà di insultarci, essendo persone paganti (e pazienza se qualcuno ogni tanto sbraitava), sia perché se avevamo fatto le cose per benino si trattava di casi isolati.

Oggi invece il fenomeno degli hater sta crescendo, a volte anche in modo preoccupante.

Qualche volta si ha che fare con dei simpatici buontemponi, altre volte con persone davvero frustrate e pericolose: credo che sia utile approfondire la questione.

Spesso gli hater sono dei leoni da tastiera che diventano agnellini di persona. Ho visto dei servizi di un noto programma televisivo in cui veniva mostrato proprio questo: personaggi noti, come cantanti, showgirls, stelline dei reality, incontravano i loro "nemici", che subito diventavano mansueti e remissivi, porgendo scuse e cercando di dare la manina per fare pace.

Pensa però che fastidio possono dare queste persone, soprattutto quando il bersaglio non siamo noi, ma magari qualche nostro familiare o amico: davvero brutto.

Mettiti un attimo nei panni di un personaggio in vista che ogni giorno riceve insulti e nel caso peggiore minacce: davvero complicato gestire questa situazione. Quando poi sono dei ragazzini a subire 'sta cosa, possono capitare anche tragedie; ma non è questo l'argomento di questo libro.

Ho fatto ricerche, letto libri, intervistato persone, vissuto personalmente la cosa (br... orrendo). Quando ho capito che non solo era necessario gestire in qualche modo le emozioni che potevano suscitare gli hater, ma addirittura bisognava sfruttare i loro insulti più o meno offensivi, mi si è aperto un mondo.

Hai presente la famosa massima "Mettilo il focus sulle soluzioni e non sui problemi"? Ecco: qui ci sta proprio a pennello. Da problema a risorsa... e che risorsa!

Ok, cominci ad avere un piccolo/grande successo: sei un marketer, un imprenditore con una buona presenza online, un networker o comunque una persona che si interfaccia con un discreto numero di persone tutti i giorni. Ecco che

cominciano a fare capolino nuove figure monetizzabili: gli hater!

Quando ho visto come Lorenzo Ait rispondeva (divinamente) ai suoi innumerevoli hater, gli ho detto "Ehi Lorenzo, perché non scriviamo un libro su questo argomento? Può essere d'aiuto a tanti!".

A Lorenzo è piaciuta l'idea e questo libro è il risultato.

Spero davvero possa essere d'aiuto a chi si trova a dover gestire gli hater.

*P.S. Non si tratta solo di sopravvivere, si tratta di farci dei soldi...*

*P.P.S. Quasi dimenticavo: può essere di aiuto agli hater stessi!*

### *1.1.1. Troll, saccenti, hater e altre tipologie*

C'è della scienza da fare qui: la classificazione di quelli che ci odiano (o fanno finta di odiarci).

Cominciamo a cercare di riconoscere chi abbiamo di fronte: c'è chi ha semplicemente tempo da perdere, chi è iperfrustrato, chi cerca visibilità e chi semplicemente consensi (gli insicuri). Volendo fare un giochino semiserio potremmo classificarli così:

#### **TROLL**

Zuzzurelloni che si divertono a mettere scompiglio; hanno dai 13 ai 93 anni, spesso fancazzisti.

#### **SACCENTI**

Perlopiù educati, con un po' di puzetta sotto al naso, passano ore a cercare chi ha dimenticato l'accento sulla parolina "dà" (è giusto, per carità, ma perderci tempo...).

#### **HATER**

Il fulcro di questo libro (ne parleremo ancora): sono i più accesi, per una serie di motivi che vedremo più avanti.

A mio parere i più fastidiosi sono i troll: non hanno obiettivi particolari, spesso sono nullafacenti. Che ci facciamo con questi tipetti? A meno che non si riesca a scoprire qualche nervo (e quindi a ottenere un passaggio alle altre due categorie) sono quasi sempre inutili. Non bisogna ignorare nemmeno loro, ma queste figure si meritano una risposta e nulla più.

Per la categoria "criticoni so-tutto-io" il discorso è già diverso: spesso queste persone pensano di sapere tutto ed è relativamente facile *sorprenderli* (un presuntuoso generalmente è uno che in realtà ne sa poco, quindi è facile coglierlo in fallo). Ovviamente questi tipi non ammetteranno mai di aver sbagliato, ma noi non vogliamo questo.

Il titolo del libro forse te lo avrà già suggerito: gli hater sono in assoluto "i migliori". Non che mi piacciono: tutto sommato se ne potrebbe fare volentieri a meno, ma sono loro quelli che possono farti migliorare qualche KPI (*Key Performance Indicators*, i numeri chiave da controllare per avere successo nel business) qui e là, quelli che creano maggiore interesse intorno a un tuo contenuto e che ti fanno aumentare la visibilità (beh, a molti piacciono le risse verbali, ammettiamolo). Qualche volta ti finanziano (ovvero li denunci e ti devono pagare – lo spiego meglio nel capitolo sulle strategie da seguire).

Continuando in questa specie di classificazione, troviamo però anche altre tipologie di soggetti:

#### CLIENTI/NON ANCORA CLIENTI

Ovviamente, qui gli obiettivi sono diversi: i primi bisogna tenerceli e magari farli diventare fan, gli altri bisogna farli diventare come i primi. Rispondere nel modo giusto è importante in entrambi i casi.

Per un cliente, generalmente, i canali sono diversi rispetto

agli hater: un cliente utilizza una chat privata, la mail, il telefono.

#### ESTEMPORANEI/CONTINUATIVI

Gli estemporanei non hanno una questione personale con noi, criticano più che altro il contenuto specifico (ad esempio un post).

La gestione dei "continuativi" è molto, molto più complessa. A volte può valer la pena essere anche dei bravi "negoziatori" e magari programmare addirittura un incontro di persona.

In conclusione, c'è poco da fare: da sempre il successo genera invidie, risentimenti e ogni sorta di sentimento negativo e l'Italia, in questo, è parecchio "avanti".

Questa è l'epoca (già da un po') in cui bisogna associare qualcosa o qualcuno a dei nomi ben precisi.

L'influenza stagionale diventa "epidemia" con relativo "picco", la pioggia, "allerta meteo" e così via. Perché dare un nome ben preciso a tutto? Perché il tutto diventa più facilmente commerciabile, riconoscibile. L'esempio più eclatante è forse quello delle malattie: in qualche modo si associa un brand a una malattia per incutere timore e spingere gli utenti ad acquistare medicinali.

E così, quelli a cui stai un po' sulle balle diventano "hater"! Wow!

Ma la cosa funziona solo se hai un po' di successo.

#### 1.2. Chi dovrebbe leggere e soprattutto usare questo libro?

Mi racconto un po' (poco, te lo prometto).

Ero un programmatore, con il mio bel contrattino a tempo indeterminato. Vivevo ai Castelli Romani e tutti i giorni

facevo avanti e indietro per andare a lavorare a Roma (da un'ora a un'ora mezzo di traffico all'andata e altrettanto al ritorno).

Ma Roma è tanto bella quanto caotica: dopo 13 anni di quella vita cominciavo a stancarmi e ho deciso di guardarmi intorno.

Vicino a me, però, parenti e amici mi dicevano: "Ma no, sei fortunato, tieniti stretto il tuo lavoro, c'è chi fa lavori più pesanti" e così via. E allora mi auto-costringevo ad accontentarmi e a pensare che fossi un po' folle a cercare altro.

La prima cosa a dare una svolta alla mia vita è stata la mia passione per Apple e Steve Jobs: il suo discorso alla Stanford Bridge University mi ha segnato per sempre e ancora adesso ho i brividi solo a pensarci.

Ogni giorno mi informavo sui vari siti di indiscrezioni e notizie. Quando ho notato che l'andamento in borsa della Apple era quasi sempre positivo, mi sono chiesto: visto che sono quasi certo che l'azienda di Cupertino crescerà sempre più, perché non comprare un po' di azioni?

E così ho fatto, guadagnando abbastanza.

Subito dopo i crolli del 2008 ho cominciato ad approfondire le mie conoscenze in materia di borsa e ho cominciato ad acquistare altri titoli, con discreto successo (facevo il 20% l'anno, ma in quel periodo post crisi era facile guadagnare). Un'altra svolta è venuta poi con il 2009. Di per sé è stato un anno negativo, ma come spesso succede è proprio dal nefasto che nasce qualcosa di nuovo.

Sono stati ben quattro gli eventi significativi di quell'anno, tre positivi e uno negativo.

## IL LIBRO

Un mio collega, sentendomi parlare di borsa (o non sopportando più il fatto che stessi sempre a parlarne), mi presta un

libro, *I soldi fanno la felicità*, di Alfio Bardolla<sup>1</sup>: ecco l'illuminazione.

In quelle pagine ho trovato idee rivoluzionarie sul denaro e, soprattutto, le stesse idee che anche io ho sempre avuto: cominciamo a pensare che i folli fossero gli altri e non io. Non fermarmi al titolo così provocatorio e iniziare la lettura è stato il mio grande merito e la mia grande opportunità.

### **IL CORSO**

Nel libro era pubblicizzato un corso sugli investimenti immobiliari.

A dirla tutta, in quel periodo pensavo che il rogito fosse una malattia infettiva: ero totalmente ignorante sull'argomento. Questa cosa di non capirne nulla di un settore così importante come quello immobiliare mi dava fastidio e allora ho deciso di frequentare quel corso.

Boom.

Un'altra illuminazione (e altro piccolo mio merito).

Sono uscito dal corso entusiasta e con l'intenzione di lavorare dal lunedì al venerdì e di cercare case durante il weekend, in modo da dedicarmi alla compravendita di immobili e potermi liberare del "posto fisso".

Ma altre variabili stavano subentrando...

### **IL LICENZIAMENTO**

La ditta per la quale lavoravo versava in brutte acque. Una mattina ho ricevuto una telefonata in cui mi si diceva di passare in amministrazione per ritirare una letterina: l'azienda chiudeva per la sua grave situazione finanziaria e io ero senza lavoro.

<sup>1</sup> A. Bardolla, *I soldi fanno la felicità*, Sperling & Kupfer, Milano, 2006.



**Acquistalo**