

AJCOM®

Quotidiano Digitale | Registrato presso il Tribunale di Roma al nro. 73/2021 del 05/05/2021

Editore e Dir. Resp.: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte | P. IVA IT-14073911001

Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia

ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!

50%

di risparmio su ogni investimento pubblicitario su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com

Il Network

AJCOM è registrata presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tale permette di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La testata fa inoltre parte del network di Sharing Media Srl, società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Super Green Pass: è corsa ai regali per l'amante

di Redazione

Nei primi 5 giorni di questo mese il 78% dei fedifraghi ha già comprato un regalo per l'amante, ancora prima della Festa dell'Immacolata dell'8 dicembre e di Sant'Ambrogio che a Milano si celebra il 7 del mese in corso. Perché quest'anno tanta fretta? «Molto ha pesato la voglia di rifarsi delle feste degli ultimi 2 anni che sono state celebrate all'insegna della parsimonia, ma anche il timore per il Super Green Pass e la conseguente preoccupazione per le restrizioni e per l'affollamento dei negozi» risponde **Alex Fantini**, fondatore di Incontri-ExtraConiugali.com, il portale più affidabile dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato. Le feste di Natale sono soprattutto l'occasione per concentrarsi sulla famiglia dimenticando tutto il resto: un periodo insomma apparentemente poco propizio per le scappatelle. Eppure —secondo l'ultimo sondaggio di Incontri-ExtraConiugali.com— i fedifraghi non ci pensano proprio a dimenticare i loro amanti durante queste feste. Duemila iscritti di entrambi i sessi sono stati intervistati in questi primi giorni del mese da Incontri-ExtraConiugali.com in merito al loro "atteggiamento sotto le feste" ed i risultati parlano chiaro: il 78% dei fedifraghi ha dichiarato di volere acquistare un regalo per l'amante prima dell'entrata in vigore del Super Green Pass. Il 65% dichiara poi che nel fine settimana dell'Immacolata fingerà di andare a fare shopping per potere invece incontrare l'amante, mentre una percentuale quest'anno minore (24%) utilizzerà ancora il pretesto delle feste aziendali come occasione per trasgredire.



Sharing Media

Fondata a Roma a maggio 2021, Sharing Media Srl si è costituita come startup innovativa, specializzandosi nell'edizione di libri a marchio editoriale "Edizioni Sharing Media Srl", già registrato presso l'Agenzia ISBN, nell'edizione di testate periodiche online ed offline e nello sviluppo e prototipazione di un innovativo servizio di ottimizzazione delle inserzioni pubblicitarie. «Vogliamo produrre libri che risvegliano le coscienze, per questo l'attività libraria per noi è molto importante», sostiene Viola Lala, amministratrice unica di Sharing Media e direttrice responsabile dell'omonimo Quotidiano "Sharing Media". Il piano d'impresa di Sharing Media prevede un'alta sensibilità allo sviluppo sostenibile e l'adozione di modelli di business orientati all'innovazione sociale.

«I pranzi e le cene di lavoro erano la scusa perfetta per divertirsi senza il proprio partner e per interagire in maniera rilassata con i colleghi in un contesto meno formale rispetto a quello di lavoro, ma gli italiani hanno ormai capito che così facendo un "affaire" può diventare qualcosa di molto rischioso. Meglio affidarsi invece a siti come il nostro dove sicurezza, discrezione e anonimato sono garantiti» sottolinea **Alex Fantini**. Il luogo di lavoro —insomma— non è più tra le preferenze di chi è in cerca di un'avventura. Ma nel periodo natalizio quasi una persona su 4 ha comunque un qualche tipo di approccio con un collega —seppure poi non "consumato".

«Di questi solo il 5% —quindi 1,2 italiani su 100— concretizza poi la scappatella con il collega o con il capo» fa notare il fondatore di *Incontri-ExtraConiugali.com*. Ormai 9 italiani su 10 l'amante preferiscono trovarlo online ed usano il pretesto dello shopping o del pranzo aziendale solo come escamotage. «E proprio in questo periodo dell'anno l'uso della nostra app e del nostro sito aumenta vertiginosamente» spiega il fondatore di *Incontri-ExtraConiugali.com*. «Il Natale — prosegue Alex Fantini— soprattutto in tempo di Covid, con le sue nuove varianti e le nuove restrizioni all'orizzonte, è un momento di svago "carpe diem" che, in questo 2021 così problematico, molti non vogliono lasciarsi sfuggire per liberare lo stress dell'intero anno».

Per *Incontri-ExtraConiugali.com* non solo siamo il popolo più fedifrago d'Europa, ma anche quello disposto a spendere di più per vivere un flirt al di fuori del matrimonio, regali di Natale inclusi. Ma quali sono quelli più gettonati di quest'anno? Sul podio delle preferenze degli uomini c'è la biancheria intima (29%), un più "azzardato" gioiello o bijou (18%) ed i sexy toy (12%).

«Le donne preferiscono invece regalare —nella generalità dei casi— un profumo (24%), una giornata allo spa (15%) o un accessorio (14%), ma molto dipende dall'età» conclude il fondatore di *Incontri-ExtraConiugali.com*.

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO,
APPROFITTA ADESSO!

50%

di risparmio su ogni
investimento pubblicitario
su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com

PUBLIREDAZIONALE

VIOLA LALA LANCIA LALAPRESS, SERVIZIO DI PRESS OFFICE PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

Il nuovo servizio di Ufficio Stampa di **Viola Lala** denominato “**LALA PRESS**” (www.lalapress.org) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli.

The logo for Lala Press features the name 'Lala' in a large, elegant, purple cursive script. Below it, the word 'PRESS' is written in a bold, black, sans-serif, all-caps font.

Ciò che contraddistingue **Lala Press** nel mercato della comunicazione —ed in particolare degli uffici stampa— è la forte capacità consulenziale, non limitandosi ad eseguire direttive ma studiando e proponendo le strategie di comunicazione più adeguate per ogni singolo cliente.

Titolare dell'agenzia è **Viola Lala**, giornalista pubblicista, che dal 2015 lavora anche come *free-lance*, scrivendo articoli in italiano, inglese e spagnolo per numerose testate italiane ed estere e svolgendo attività di addetto stampa per il network AJ-Com.Net.

Sempre dal 2015, Viola Lala svolge attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media della **World Organization for International Relations (WOIR)**, ricevendo nel 2020 la *Medaglia al Merito per il Servizio della Pace*.

È redattrice di numerose testate, tra cui *World & Pleasure Magazine* e *Notiziario CNN*, ha studiato **Economia e Commercio** presso l'*Università degli Studi di Roma La Sapienza* e sta conseguendo la Laurea Triennale in **Scienze dell'Educazione e della Formazione** presso l'*Università degli Studi Roma Tre*.

Le sue aree di specializzazione sono: **parità di genere** ed emancipazione femminile, sviluppo sostenibile, agricoltura, biodiversità, **sicurezza alimentare**, cambiamento climatico, **diritti umani**, relazioni internazionali, demografia sociale, ambiente, energia, globalizzazione, **sociologia della cultura**, scienze della comunicazione, giornalismo, tecnologie dell'informazione e **sociologia dei media**.

www.lalapress.org

Dal 2002 AJCOM è il primo Ufficio Stampa Web per Imprese, Enti e Professionisti.

News Delivery:
40.000 giornalisti
8.000 influencer

NewsLetter:
#144.000 VIP

**BLOG, VLOG, YouTube,
Facebook ed Instagram.**



News Delivery: dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese (oltre ai social).

Attraverso canali di distribuzione tradizionale e digitale, AJ-Com.Net permette alle aziende ed ai professionisti di far crescere il business aumentando la propria visibilità sui media, sui social e sul web, garantendo risultati misurabili per promuovere prodotti e servizi o per diffondere il proprio pensiero e la propria opera.

Il Target raggiunto per ciascun invio è di oltre **40 mila giornalisti** e di più di **8 mila influencer, blogger e trendsetter**.

I risultati includono dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese, il 90% delle quali sui media online ed il restante 10% sui media cartacei, radio e tv, con un incremento anche della visibilità nei motori di ricerca (SEO), della percezione del prodotto o servizio (BRAND AWARENESS) e quindi anche delle vendite.

Dopo ciascun invio viene fornito un report con i link ai siti che hanno pubblicato gli articoli e successivamente una Rassegna Stampa mensile in formato PDF.