

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.



Aumenterà ancora del 47% l'energia nel 2022

di Redazione

Con un costo della materia prima che potrà oscillare tra i 180 ed i 210 euro per MWh, la bolletta del comparto produttivo italiano è proiettata verso i 34 miliardi di euro o anche verso i 57 miliardi di euro se si tengono presenti anche i settori agricoli e dei servizi. A metterlo in evidenza è un'analisi aggiornata al 10 marzo 2022 di **EnergRed** (www.energred.com), E.S.Co. impegnata nel sostenere la transizione energetica delle pmi italiane con un particolare focus sulle fonti rinnovabili e sul solare.

«Si tratta di un aumento del 47% sul già salatissimo 2021» commentano gli analisti della E.S.Co., secondo i quali l'introduzione di soluzioni fotovoltaiche distribuite per autoconsumo potrebbe portare il comparto a risparmiare dai 13,5 ai 19 miliardi di euro, mediante l'installazione di 50 GWp. Questa strada porterebbe il solare dall'attuale 11% ad una quota pari al 35% della produzione totale di energia elettrica, riducendo la necessità di gas naturale dell'11%.

Auto-consumando per le necessità giornaliere l'energia degli impianti fotovoltaici distribuiti nelle nostre imprese produttive, inoltre, la dipendenza dell'Italia dal gas russo diminuirebbe del 29%.

«Si tratta di una scelta di estrema importanza strategica, ma anche e soprattutto significativa da un punto di vista economico ed ambientale: oggi produrre energia da impianti fotovoltaici costa un sesto rispetto alla produzione nelle centrali turbogas e permette una riduzione delle emissioni di gas climalteranti per un volume pari a 33 milioni di tonnellate di CO₂» sottolineano gli esperti di EnergRed.com.



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.

Con la metodologia **Energred Care&Share®**, il passaggio alle rinnovabili per le imprese può avvenire oggi a costo zero, potendo godere direttamente di un beneficio economico e di una maggiore resilienza operativa.

«Grazie al solare e grazie alla nostra volontà di creare e condividere direttamente e fin da subito i benefici generati da una scelta di sostenibilità che guarda tanto alla situazione presente quanto al futuro, oggi è possibile superare la dipendenza dalle materie prime fossili e dunque liberarsi dalla sudditanza verso i Paesi esteri che non condividono i nostri stessi valori» commenta **Moreno Scarchini**, ceo di EnergRed.

«Insomma —sintetizza Scarchini— la libertà geopolitica passa certamente per le rinnovabili e per il fotovoltaico in autoconsumo».

«La nostra metodologia già da oggi è in grado di garantire energia da tecnologia fotovoltaica alle imprese ad un prezzo omni-comprensivo di 150-160 euro per MWh. E in alcuni casi —aiutati da una maggiore disponibilità di risorsa solare che caratterizza alcune zone del nostro Paese— siamo riusciti a spingerci anche ad un prezzo di 100 euro per MWh, rendendo l'energia solare in autoconsumo la fonte più rapida da implementare e più conveniente per i bilanci delle aziende e per l'ambiente» aggiunge **Giorgio Mottironi**, responsabile marketing di EnergRed.

«Con le attuali efficienze della tecnologia fotovoltaica, un'azienda può attendersi, nel corso della vita minima garantita, un beneficio di 3.500 euro per kilowatt di potenza installata. Ma la verità è che, se ben realizzato, non sappiamo quanto possa durare un impianto fotovoltaico, avendo potuto appurare che anche dopo 25 anni ancora produce l'80% dell'energia rispetto al suo primo giorno di utilizzo. I benefici di questa tecnologia hanno dunque una prospettiva ancora da esplorare» sottolinea **Paolo Cecchini**, direttore tecnico di EnergRed.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.