

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%

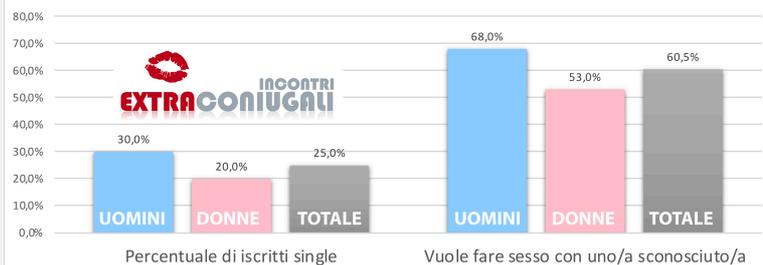
di risparmio su ogni investimento pubblicitario su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com

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.

ANCHE I SINGLE SI ISCRIVONO AI SITI PER GLI AMORI CLANDESTINI

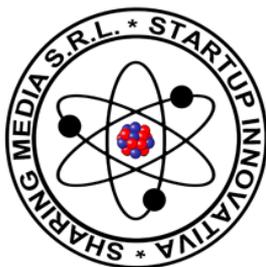
(Incontri-ExtraConiugali.com - Marzo 2022)



Saliti al 25% i single sui siti di incontri extraconiugali

di Redazione

Andresti a letto con uno sconosciuto? Il 68% degli uomini ed il 53% delle donne risponde di sì in un sondaggio realizzato a marzo 2022 da [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com), il portale più affidabile dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato. Ed è proprio questo desiderio di trasgressione, in auge tra gli italiani, ad essere —secondo gli analisti del portale— uno dei motivi che spinge i single ad iscriversi sui portali dedicati agli amori clandestini. «Oggi registriamo che addirittura un quarto delle iscrizioni al nostro sito è riconducibile a persone single» sottolinea **Alex Fantini**, fondatore di Incontri-ExtraConiugali.com. «Ma per i single —prosegue Fantini— il motivo determinante non è solo l'elemento trasgressivo quanto anche la possibilità di fare sesso senza complicazioni». I siti e le app di incontri extra-coniugali non sono più infatti solo luoghi deputati al tradimento: con il tempo sono diventati il luogo ideale dove chi è single, spesso deluso dalle app e dai portali generalisti, può trovare facilmente un partner e dove possono nascere anche relazioni stabili e grandi storie d'amore. «Il numero di single iscritti su questi portali è oggi salito al 20% per le donne ed al 30% per gli uomini» stimano gli analisti di



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.

Incontri-ExtraConiugali.com che hanno anche potuto registrare un incremento di iscrizioni in concomitanza con l'invasione dell'Ucraina: dal 24 febbraio ad oggi, in 20 giorni, le iscrizioni ad Incontri-ExtraConiugali.com hanno infatti registrato un aumento del 180%, con una media di 920 iscrizioni giornaliere. Insomma una guerra così vicina ha accelerato il desiderio di evasione degli italiani, come accadeva ai tempi del Vietnam e di Woodstock, evento simbolo della contro-cultura americana degli Anni 60, ed ha portato al revival dello slogan «fate l'amore, non la guerra». «Certo è che neanche siamo usciti dalla pandemia che ci ritroviamo a doverci preoccupare di una possibile escalation militare in Europa, senza contare poi i rincari della benzina e delle materie prime nonché le altre già concrete conseguenze sull'economia che portano inevitabilmente ad un aumento del livello di stress e di inquietudine, andando quindi ad inasprire le relazioni di convivenza» commenta **Alex Fantini**. «Il tradimento —in tempi di guerra e di incertezza— diventa quindi una fondamentale valvola di sfogo che consente anche di recuperare un po' di serenità ed in molti casi di salvare coppie e matrimoni preesistenti» conclude il fondatore di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com).

Tolto il 25% degli iscritti che è single, la maggior parte dei fedifraghi (73%) in questi drammatici momenti cerca solo una distrazione in attesa di recuperare l'equilibrio personale e di coppia. Il rimanente 27% vuole invece trovare un nuovo amore con cui ricominciare e cerca quindi l'amante con meticolosità, guardando al futuro. Includendo invece le risposte di chi si dichiara single, alla domanda «andresti a letto con uno sconosciuto?» rispondono di sì 6 italiani su 10 (60,5%): soprattutto gli uomini (68%) ma anche le donne (53%). Il sondaggio è stato realizzato da Incontri-ExtraConiugali.com dal 10 al 14 marzo 2022 su un campione di 2 mila persone di entrambi i sessi, iscritti al portale, rappresentativo della popolazione di età compresa tra i 25 ed i 64 anni, con un margine di errore di 2 punti percentuali ad un livello di confidenza del 95%.

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO,
APPROFITTA ADESSO!

50%

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

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.



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.