

# 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 2023

APPROFITTADE ADESSO!

# 75%

di credito d'imposta sul valore incrementale degli investimenti pubblicitari su STAMPA ed ONLINE  
INFO: [press@sharing-media.com](mailto: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.

## Vamonos

Sondaggio Vamonos-Vacanze.it - San Valentino 2023

IL REGALO DI SAN VALENTINO			
	UOMINI	DONNE	MEDIA
DEVE ESSERE UNA SORPRESA INATTESA	39%	65%	52,0%
DEVE FAR SENTIRE IL PARTNER UNICO E SPECIALE	40%	62%	51,0%
DEVE ESSERE PREVALENTEMENTE ESPERIENZIALE	38%	63%	50,5%
DEVE ESSERE PREVALENTEMENTE MATERIALE	28%	12%	20,0%
DEVE ESSERE PREVALENTEMENTE SIMBOLICO	34%	25%	29,5%

## San Valentino: il regalo deve essere inatteso

di Redazione

San Valentino è una delle feste più attese dell'anno: a confermarlo è una ricerca commissionata da [Vamonos-Vacanze.it](https://www.vamonos-vacanze.it) all'Istituto di Ricerca IRCM dal 2 al 6 febbraio 2023 e condotta su un campione rappresentativo di 2.000 intervistati in tutta Italia, di età compresa tra i 18 ed i 65 anni.

Il regalo più azzeccato per lasciare una traccia indelebile nel cuore di chi lo riceve? Gli italiani e le italiane concordano su 3 aspetti essenziali: **la sorpresa** (per il **39% degli uomini** e per il **65% delle donne** il regalo deve essere inatteso); **la specificità** (per il **40% degli uomini** e per il **62% delle donne** il regalo deve fare capire che è pensato specificamente per il/la ricevente, per farlo/a sentire unico e speciale); e l'esperienzialità (per il **38% degli uomini** e per il **63% delle donne** piuttosto che un presente materiale preferisce un dono esperienziale «*quale può essere una **cena romantica**, un **week-end benessere** alle terme o un **viaggio a Sharm-El-Sheik** con tanto di **esperienza sui cammelli**» puntualizza **Emma Lenoci**, ideatrice e ceo della piattaforma **Vamonos-Vacanze.it**, la più grande *online travel agency* specializzata in **vacanze di gruppo**).*



## 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.

Nell'immaginario legato a San Valentino è proprio il regalo ad avere un ruolo decisivo, tanto è che **il 68% degli intervistati quando pensa a questa ricorrenza la associa subito al regalo ricevuto** la volta precedente.

«*Dal regalo simbolico (soprattutto fiori e cioccolattini) che era prevalente fino agli Anni Ottanta e Novanta del secolo scorso, si è passati ai regali materiali (soprattutto gioielli) degli Anni Duemila per arrivare oggi ad un maggiore apprezzamento del regalo esperienziale, che cresce di importanza anche perché poi è il regalo che si ricorda di più*» spiega l'ideatrice di [Vamonos-Vacanze.it](http://Vamonos-Vacanze.it).

In effetti, **come dimenticare l'esperienza sui cammelli in Egitto?** O l'Aurora Boreale vissuta insieme in Norvegia o il viaggio in mongolfiera nel Nord della Francia?

«*Ma essenzialmente esperienziali —alla fin fine— lo sono anche i "sexy toy", la "biancheria intima", i "profumi" ed i "regali enogastronomici" che nelle preferenze di acquisto scalzano i gioielli ed i regali più materiali*» sostiene **Emma Lenoci**.

Altro cambiamento che osservano gli analisti di **Vamonos-Vacanze.it** è la tendenza a **non considerare più San Valentino una festa smielata dedicata solo per chi si trova in una relazione**, ma l'occasione migliore per celebrare uno dei legami più importanti: l'amore in tutte le sue forme, anche per se stessi. Quindi **anche i single ed i gruppi di amici festeggiano questa ricorrenza**, in cui si celebra anche l'amicizia.

# BONUS PUBBLICITÀ 2023

## APPROFITTADE ADESSO!

# 75%

di credito d'imposta sul valore incrementale degli investimenti pubblicitari su STAMPA ed ONLINE

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](http://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](http://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.