

SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

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

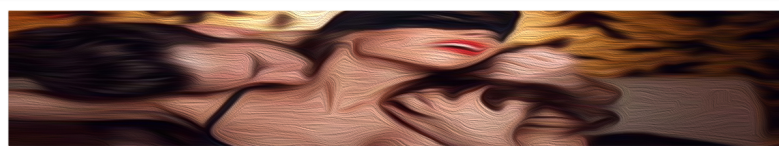
SEI ANCORA IN TEMPO, APPROPFITTA ADESSO!

50%

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

Il Media Network Sharing Media Srl

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC - Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



San Valentino amaro per le coppie

di Redazione

Quest'anno nel giorno della Festa degli Innamorati sono quadruplicate le iscrizioni ad Incontri-ExtraConiugali.com, il portale più affidabile dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato. Una tendenza che si ravvisava anche il giorno precedente, il *Mistress Day*, e che si è confermata anche il giorno successivo, San Faustino.

Negli ultimi 12 mesi, Incontri-ExtraConiugali.com ha registrato 479.452 nuove iscrizioni, con una media di 1.314 iscrizioni al giorno. «Ma il 14 febbraio, il giorno di San Valentino si è registrato un picco di 5.274 iscrizioni» spiega **Alex Fantini**, fondatore del portale.

«Certo è che la Festa degli Innamorati ha perso di significato, le coppie non festeggiano più, anzi scoppiano proprio in questi momenti più simbolici» ricalca Fantini. Il 14 febbraio la crescita di iscrizioni al portale specializzato in scappatelle è stata del +301%, ma già il 13 febbraio —il *Mistress Day*, il giorno degli amori clandestini— il portale ha registrato un raddoppio (+103%) che ha portato a 2.665 iscrizioni. «Oltretutto era anche domenica, il giorno in cui scoppiano la maggior parte delle coppie» sottolinea Alex Fantini.

«La domenica —prosegue— è statisticamente il giorno della settimana in cui ci si lascia di più perché è il giorno in cui maggiormente si condividono gli spazi senza troppi impegni che distolgano i pensieri. La routine domenicale di fare poi quasi sempre le stesse cose non aiuta certo la passione e lascia troppo tempo libero in cui ci si focalizza spesso sui problemi».



Start Up Innovativa

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.

Poi ancora, lunedì 15 —San Faustino, festa dei single— la tendenza verso l'amore extraconiugale è rimasta elevata, con 3.248 nuove iscrizioni al portale (+147%). *«E sì perché anche i single si iscrivono ai portali di incontri extraconiugali. Moltissimi uomini e donne, delusi dalle app generaliste, si iscrivono per cercare una relazione senza troppe complicazioni»* chiarisce **Alex Fantini**.

Solo chat erotiche, sexting e fantasie? Tutto fumo e niente arrosto? No, questa volta gli italiani non sono per niente platonici: l'amore clandestino in questi giorni si è davvero consumato: Incontri-ExtraConiugali.com lo ha potuto appurare attraverso un sondaggio su un campione di mille uomini e mille donne iscritte al sito.

«Hai tradito il tuo partner il 13 febbraio?» Risponde di sì il 22% degli uomini ed il 16% delle donne. In media il 19% degli iscritti di entrambi i sessi. *«Hai tradito il tuo partner il 14 febbraio?»* Risponde di sì il 9% degli uomini ed il 7% delle donne. In media l'8% degli iscritti ha infatti tradito proprio nel giorno di San Valentino, gli uomini in numero leggermente superiore. *«Hai tradito il tuo partner il 15 febbraio?»* Risponde di sì il 15% degli uomini ed il 21% delle donne. In media il 18% degli iscritti hanno tradito nel giorno di San Faustino.

«Tradirai il tuo partner entro i prossimi 12 giorni?» Risponde di sì il 30% degli uomini ed il 36% delle donne. In media il 33% degli iscritti tradirà il partner entro fine mese. *«Questo mese no».* Risponde in questo modo il 14% degli uomini ed il 20% delle donne. In media il 17% degli iscritti. Il rimanente 5%, infine, «non lo sa» (il 3% degli uomini ed il 7% delle donne).

È la fine della coppia? *«Ma no, dopo routine e noia, una relazione extraconiugale può riuscire a rendere **più solido il matrimonio** e **più stabili anche le coppie non sposate**»* conclude il fondatore di Incontri-ExtraConiugali.com.

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTANE ADESSO!

50%

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

ENER2CROWD SUPERA I 6 MILIONI DI EURO

La prima (ed unica) piattaforma italiana specializzata nel lending crowdfunding nell'ambito dell'energia sostenibile è l'unica dimensione finanziaria a dichiarare gli impatti legati agli investimenti

«Lo scopo di **Ener2crowd** è quello di arrivare ad un **mondo più sano** e ad un **futuro più giusto**. Investire sulla nostra piattaforma vuol dire avere l'opportunità di fare la differenza per **vincere la sfida climatica e sostenere la transizione energetica**, facendo del bene al proprio presente ed al futuro di tutta l'umanità» sottolinea **Niccolò Sovico**, ceo, ideatore e co-fondatore della piattaforma.

«Dal primo minuto la nostra mission è sempre stata chiara: costruire un futuro migliore» prosegue **Sovico**, riferendosi al lontano giugno 2018, data del primo incontro, quando alcuni giovani ingegneri appassionati di energia e mossi dalla volontà di renderla un **veicolo partecipato della trasformazione dell'economia**, disegnarono una prima bozza di presentazione di ciò che si sarebbe poi chiamato **Ener2crowd**.

«In 8 mesi, vi è stato lo sviluppo informatico, legale e delle strategie di comunicazione e marketing, che hanno portato a poter rendere operativa la **prima vera ed al momento unica piattaforma italiana di green lending crowdfunding**» racconta **Sovico**.

Arrivando così a settembre 2019 con il lancio ufficiale della piattaforma e con un team ancora più coeso e pronto ad **affrontare una delle più grandi sfide del XXI secolo**, che tutti attendono, ma che nessuno sa come risolvere: **invertire la rotta del cambiamento climatico**, attraverso un processo di sviluppo di interventi concreti e misurabili dove il fattore determinante non è altro che **la partecipazione di tutti e la condivisione collettiva dei benefici**.

«Oggi a due anni dal lancio del primo progetto la piattaforma ha una **community di 5.000 GreenVestor** ed ha raccolto **6 milioni di euro**, finanziando 45 progetti. La strada per un futuro sostenibile, scelto e costruito da tutti, non era più così lontana» ricorda con orgoglio il ceo.

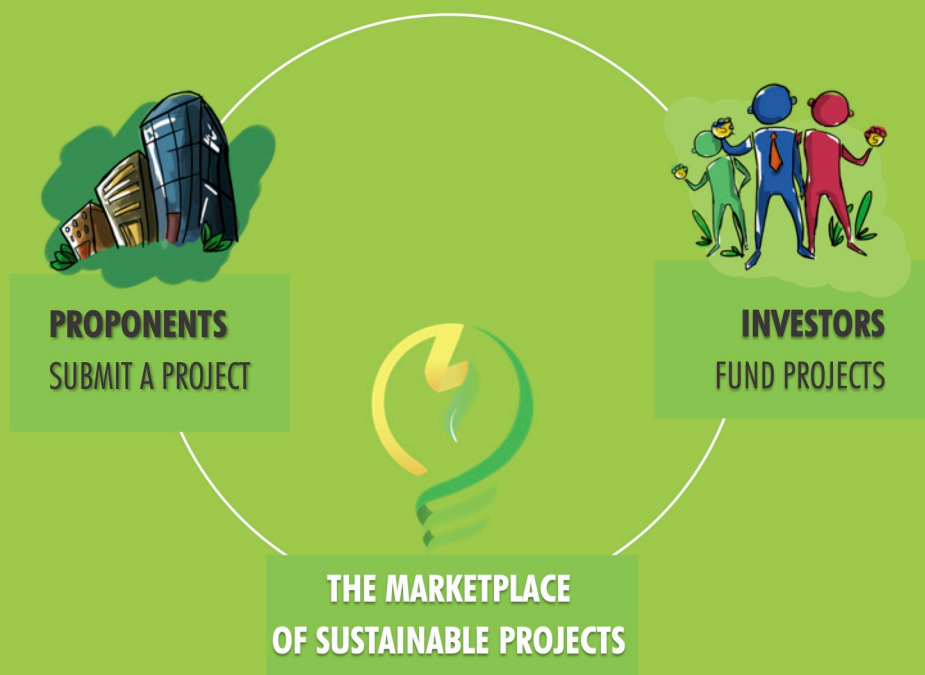
www.ener2crowd.com

Un futuro sostenibile è l'unico che sappiamo immaginare

UN PIANETA, UN FUTURO, UNA SOLUZIONE, ED IL MOMENTO MIGLIORE PER METTERLA IN ATTO

ENERGY CROWDFUNDING

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento innovativo e digitale attraverso cui un promotore di un'iniziativa economica e sociale chiede fondi ad un'ampia platea di potenziali investitori per avviare il progetto.



ALEJANDRO GASTÓN JANTUS LORDI DE SOBREMONTÉ SOCIOLOGO & GIORNALISTA PROFESSIONISTA

Attraverso il suo marchio AJCOM®, il giornalista **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** (www.aj-com.net) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli in Italia ed in molti altri Paesi del mondo.



Ciò che contraddistingue **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** 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 del marchio **AJCOM**, giornalista professionista, sociologo e relatore pubblico, Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte **dal 1989 ad oggi** ha lavorato per le più grandi testate nazionali tra le quali anche i quotidiani IL TEMPO ed IL GIORNALE, i settimanali PANORAMA ed ECONOMY, i mensili CAPITAL ed IN THE WORLD, lavorando anche come *freelance* per numerose testate estere e scrivendo migliaia di articoli in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Con il marchio registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico “AJCOM”, **opera dal 2002** nel campo della comunicazione, svolgendo attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media per conto di società private ed enti pubblici.

Le sue aree di specializzazione includono tutti i settori: dall'ambiente all'energia, dalla moda all'enogastronomia, dal turismo al dating online.

Tra i suoi clienti anche la multinazionale canadese Solar Power Network, la ESCo Avvenia (poi acquisita da Terna), la piattaforma Ener2Crowd, il Delegato del Sindaco di Roma alla Tutela dei Consumatori e degli Utenti e perfino professionisti e sportivi del calibro di Carolina Kostner.

www.aj-com.net

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.