

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.



Aumentano i rapporti sadomaso, ma per gioco

di Redazione

Aumentano i rapporti sadomaso. A metterlo in evidenza è un sondaggio di Incontri-ExtraConiugali.com, il portale più sicuro dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato, condotto su un campione di 2 mila persone di entrambi i sessi, equamente distribuiti nelle diverse regioni italiane, rappresentativo della popolazione di età compresa tra i 25 ed i 64 anni (55,10% della popolazione totale), con un margine di errore di 2 punti percentuali ad un livello di confidenza del 95%. Secondo il sondaggio a volere trasgredire è una percentuale elevatissima di italiani: alla domanda "Ti piacerebbe fare qualcosa di trasgressivo?" risponde «sì» il 95% degli uomini e l'88% delle donne.

Nel desiderio degli italiani la relazione extraconiugale da sola non basta più. Ormai il tradimento è sdoganato, lo fanno tutti. Alla domanda a risposte multiple "Cosa vorresti fare di trasgressivo?" l'83% degli uomini ed il 69% delle donne esprime infatti la sua preferenza per il «sadoso soft», (ma solo il 17% degli uomini ed il 24% delle donne è disposto a parlarne con il partner). Al secondo posto delle fantasie di trasgressione, per il 67% degli uomini e per il 72% delle donne, ci sono invece le «pratiche che non si sono mai sperimentate con il partner». Ed al terzo posto, per il



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.

68% degli uomini e per il 69% delle donne, c'è il « *Sesso all'aperto oppure in un luogo insolito*». Seguono i « *giochi di ruolo*» (58% degli uomini ed il 65% delle donne), il « *gioco con oggetti*» (53% degli uomini ed il 64% delle donne) ed il « *tradimento*» come « *trasgressione in sé*» (38% degli uomini ed il 35% delle donne).

Poi ancora, ci sono le preferenze per la « *relazione a tre*» (23% degli uomini e 18% delle donne), lo « *scambio di coppia*» (12% degli uomini e 7% delle donne), il « *voyeurismo*» (13% degli uomini e 5% delle donne) e l'« *esibizionismo*» (4% degli uomini e 12% delle donne).

Ad ammettere una predilezione per il « *sesso estremo*» (bdsf pesante) è invece solo il 6% degli uomini ed il 3% delle donne. « *Percentuali che comunque non sono poi così basse. Anche se più in generale per gli italiani il sadomaso è solo un gioco*» puntualizza **Alex Fantini**, fondatore di Incontri-ExtraConiugali.com.

Con chi « *giocano*» gli italiani? « *La trasgressione —sia essa il sadomaso od altro— si concretizza nella maggior parte dei casi in una relazione extraconiugale*» risponde **Alex Fantini**. E vero è che solo il 20,5% degli italiani « *oserebbe*» proporre al partner la sua fantasia.

Sia che si voglia « *sculacciare*» oppure « *essere sculacciate o sculacciati*», la preferenza degli italiani è quella di cercare al di fuori della coppia, insomma trovarsi un amante con cui parlare delle proprie fantasie ancora prima di conoscersi nella vita reale.

« *In questi giochi di dominazione e sottomissione —prosegue Fantini— l'empatia aumenta e così anche il rispetto reciproco, con una grandissima attenzione alla sicurezza ed al benessere sia fisico che emotivo delle persone coinvolte*». E così oggi è boom in Lombardia (85% di propensione al « *bdsm soft*»), in Piemonte (83%), Friuli-Venezia-Giulia (82,5%), Veneto (81%), Emilia Romagna (80,5%), Lazio (79%) e Toscana (78%), dove gli italiani sono pronti ad utilizzare tutti gli espedienti possibili per rendere la loro vita sessuale più varia ed intrigante.

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.