

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

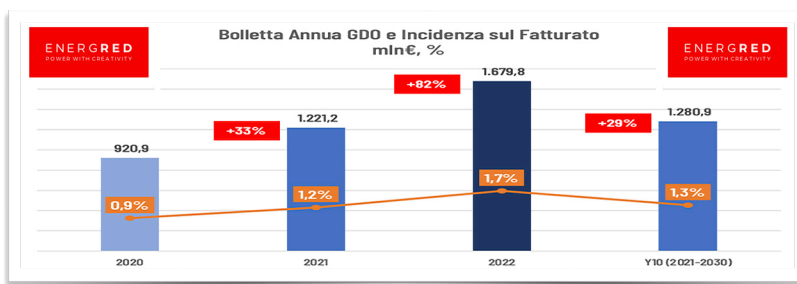
SEI ANCORA IN TEMPO, APPROPFITTA ADESSO!

50%

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

Il Network

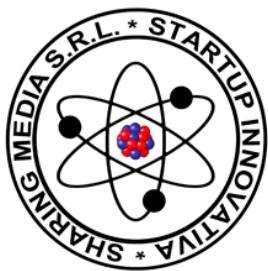
AJCOM è registrata presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tale permette di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La testata fa inoltre parte del network di Sharing Media Srl, società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Crisi energetica e gdo, grave impatto sui consumatori

di Redazione

La grande distribuzione organizzata (GDO) si avvia verso un raddoppio dei costi energetici. Lo evidenzia EnergRed.com, E.S.Co. impegnata nel sostenere la transizione energetica delle pmi italiane, con un particolare focus sulle fonti rinnovabili e sul solare fotovoltaico. «L'aumento è già stato del 33% nel 2021 e salirà ancora a quasi il doppio (+89%) nel 2022» assicurano gli analisti di EnergRed.com. Ma la crescita dei costi energetici non si fermerà neanche negli anni successivi, con una media annua di crescita del +39% fino al 2030, con un fortissimo impatto sui margini operativi lordi della GDO che scenderanno del 22% nel 2022 e poi -12% di media annua fino al 2030. E l'impatto si farà sentire anche in termini di inflazione dei prezzi dei prodotti (+1% annuo), pari a 50 euro a famiglia. «Per il solo periodo natalizio, a causa dei recenti aumenti, tale rincaro è quantificabile in 20 euro a famiglia» commentano gli analisti di EnergRed.com. «Non esistono settori che rimarranno indenni dalle dinamiche globali che influiscono sui prezzi dell'energia elettrica in Italia. La soluzione è accelerare sulla generazione distribuita da rinnovabili, in particolare sul fotovoltaico in autoconsumo, una tecnologia che è in grado di dare resilienza alle nostre imprese e tutelare i consumatori —come nel caso della GDO— riducendo nel contempo gli impatti ambientali in modo significativo. Una vera e propria testimonianza del nostro motto "prendersi cura e condividere"» sottolinea l'ingegner **Moreno Scarchini**, ceo 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.

«Ma certo nel settore della GDO c'è un ritardo sistemico che rischia di scaricarsi ancora una volta sui consumatori, elemento incompressibile ed inerme del mercato. Il fotovoltaico in autoconsumo, introdotto da EnergRed con la metodologia Care&Share a zero-Capex-Opex, è la soluzione più rapida ed efficace perché garantisce dei prezzi dell'energia elettrica molto più bassi, prevedibili nel tempo, senza rischi di impresa per chi deve gestire ed investire già su un business molto complesso, dai margini limitati e che oggi non solo deve proteggere i propri clienti, nella competizione di mercato, ma anche capire come redistribuire valore lungo alle filiere che lo servono» ricalca **Giorgio Mottironi**, cmo e strategy advisor di EnergRed, che è anche autore dello studio sulla GDO. Quali sono i punti chiave? «L'analisi dei prezzi a medio e lungo termine di EnergRed mostra come nel 2022 dovremo attenderci un prezzo della materia prima molto più alto: 160 euro al MWh contro i 112 euro dell'anno precedente» risponde Giorgio Mottironi, che è anche chief analyst del GreenVestingForum.it «Tali valori — prosegue Mottironi — si rifletteranno su prezzi finali dell'energia elettrica nella GDO di circa 228 euro al MWh nel 2022 e di circa 174 euro al MWh di media annuale per il decennio 2021-30». La GDO vedrà dunque quasi un raddoppio dei costi energetici nel 2022 (da 0,9mld€ a 1,7mld€, +89%) ed un incremento stabile (circa 1,28mld€/a, +39%) nel decennio 2021-30. L'incidenza dei costi energetici sul fatturato passerà dallo 0,9% all'1,3% di media con una riduzione dei margini operativi lordi sotto al 3% (sotto al 2% per le catene più grandi). Ma l'introduzione del fotovoltaico, grazie alla metodologia «Care&Share», potrà assorbire quasi totalmente tali risparmi, garantendo un prezzo omnicomprensivo dell'energia di circa 112 euro al MWh, senza bisogno di investimenti —CAPEX— o spese gestionali — OPEX—. «Con un taglia media di 300-450 kWp a punto vendita, i risparmi derivanti dall'adozione del fotovoltaico in autoconsumo per il comparto della GDO avranno un valore di circa 0,31mld€ nel 2022 e 0,17mld/a nel decennio 2021-30» conclude Mottironi.

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.