

# 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](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.

*maggiorasco e maiorasco corrisponde al b. lat. MAJORATUS propr. diritto del maggiore, d'onde con altro suffisso lo sp. majorgo, a cui sembra avere attinto l'italiano: ed esso dal lat. MAJOR più grande (v. Maggiore).*

*Fidecommissio già riconosciuto dalla legge, che si trasmetteva dall'uno all'altro primogenito di una famiglia.*

*Deriv. Maiorascàle; Maiorascàto = Ragione, ovvero Patrimonio di maiorasco.*

## Maggiorasco e primogenitura

di Redazione

Con il Rinascimento tra le famiglie patrizie italiane riprese piede l'istituto romano del «fedecommissio», nelle sue varianti del «maggiorasco» e della «primogenitura».

Le eredità venivano così lasciate interamente ad un solo erede, primogenito maschio, il «maggiorasco» e questo consentiva la conservazione dei patrimoni che avrebbero rischiato di disperdersi qualora fossero stati frammentati tra molti eredi.

L'innovazione produsse però due grandi effetti collaterali: da una parte i figli maschi cadetti vennero scoraggiati dalle loro famiglie a sposarsi —tanto che nel secolo XVIII a questi figli era di fatto preclusa qualunque possibilità di contrarre matrimonio e le due possibilità che rimanevano loro erano quella militare e quella ecclesiastica— e dall'altra la scarsità di maschi di pari grado faceva sì che la domanda di mariti eccedesse di gran lunga l'offerta. Anche perché se un patrizio avesse dato sua figlia in sposa a un non-patrizio avrebbe disperso la sua dote e compromesso il buon nome della casata.



## 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.

Particolare rilievo ebbe il cosiddetto «**fedecommesso di famiglia**», grazie al quale si impediva l'alienazione di un fondo o di una casa al di fuori della famiglia, dovendo essere trasmessi intatti dall'uno all'altro membro della stessa, secondo le disposizioni del testatore.

Riscoperto dai Glossatori, il fedecommesso fu largamente impiegato a partire dal XVI secolo dalle classi aristocratiche — ma anche dalla borghesia — per mantenere inalterata più a lungo possibile la potenza economica della famiglia, diventando uno degli istituti caratteristici dell'Ancien Régime.

Tale funzione fu svolta dal fedecommesso di famiglia per il quale non solo era caduto il limite giustiniano delle 4 generazioni, ma si era addirittura riconosciuta la possibilità di costituzione con atto tra vivi oltre che con testamento.

Si ritiene che il fedecommesso sia uno dei precursori del *trust*, istituto giuridico caratteristico dei paesi di Common Law. In effetti, il fedecommesso può essere visto come una sorta di «trust testamentario», ma gli ordinamenti dell'Europa continentale non giunsero mai a sviluppare l'istituto del trust «inter vivos» cui, invece, approdò l'ordinamento inglese.

Il trasferimento di beni nel fondo del trust è vincolato da un legame che intercorre tra il «settlor» ed il «trustee», che è il cosiddetto «patto di fiducia».

Il disponente (*settlor*) trasferisce l'intestazione, non la proprietà così come è intesa nel diritto italiano, di determinati beni affinché vengano amministrati dal fiduciario (*trustee*) nell'interesse dei beneficiari e nei limiti di quanto stabilito nell'atto istitutivo. Tra gli usi più frequenti del trust vi sono la protezione di beni (blindatura patrimoniale), motivi di riservatezza, tutela dei minori e dei soggetti diversamente abili.

## BONUS PUBBLICITÀ

**SEI ANCORA IN TEMPO,  
APPROFITTA ADESSO!**

**50%**

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