

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

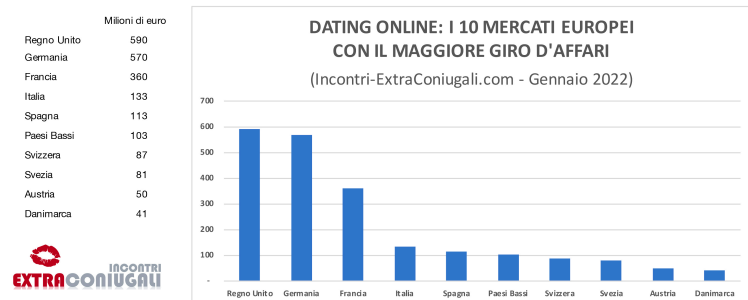
SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!

50%

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

Il Network

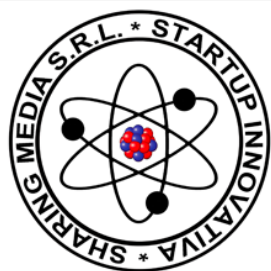
AJCOM è registrata presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tale permette di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La testata fa inoltre parte del network di Sharing Media Srl, società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori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



Bilancio del dating online

di Redazione

Le statistiche di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com), il portale più sicuro dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato, sono ben chiare: gli italiani utilizzano sempre di più le piattaforme di incontri per conoscersi, fare amicizia, trovare l'amore, fare sesso ed anche per tradire. «I numeri continuano ad aumentare e sono correlati al fatto che trovare ed incontrare nuovi potenziali partner è molto più semplice ed immediato se si utilizzano le piattaforme web e le app. Ma a crescere di più sono proprio i portali di incontri tra persone sposate o in coppia» spiega **Alex Fantini**, il fondatore del portale. Su un campione di mille uomini e mille donne di età compresa tra i 24 ed i 55 anni, distribuiti nelle diverse regioni italiane, il 68% degli intervistati dichiara di utilizzare o di avere utilizzato siti di incontri online o app per instaurare una relazione. E, del totale, il 48% dichiara che grazie al dating online è riuscito a concretizzare una relazione duratura. «Insomma oggi una coppia su due si forma online» sintetizza il fondatore. Certo è che il giro d'affari del dating online, nonostante la pandemia, è in aumento. Basandosi su dati *IBISWorld*, *Pew Research Center* e *CEBR*, la stima del giro d'affari per l'Italia è di **133 milioni** di euro nel 2021, di cui **27 milioni** riferiti agli incontri extraconiugali. E ad avere successo non sono solo i siti generalisti ma anche le piattaforme per incontri extraconiugali.



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.

«Milano è la città italiana con il maggior numero di donne che non escluderebbe l'esperienza di un amore clandestino (68%), anche se poi "solo" il 36% lo ricerca attivamente» sottolinea il fondatore. «Roma —prosegue **Alex Fantini**— è invece la città in cui si chatta più a lungo (64%) prima di fissare un incontro e Napoli è quella dove ci sono più uomini desiderosi di conoscere una donna sposata (75%), seguita da Torino (72%) e da Palermo (70%)». Il sondaggio ha dimostrato anche che in generale —per aumentare le probabilità di incontrare l'anima gemella— la maggior parte degli italiani utilizza più siti e app contemporaneamente, ma per la ricerca di un amore clandestino preferisce utilizzare una sola piattaforma (88%). La popolare piattaforma [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com), il principale sito di incontri extraconiugali in Italia, ad esempio, arriva questo mese a superare **1,8 milioni di iscritti**. A livello di regioni, la Lombardia è quella con il maggior numero di iscritti, seguita da Lazio e Campania. Una distribuzione che rispecchia l'andamento delle iscrizioni anche per quanto riguarda i portali generalisti. Il fatturato italiano del dating online —pari appunto a 133 milioni di euro— vede il nostro Paese collocarsi al quarto posto in Europa dopo Regno Unito, Germania e Francia. «Ma se consideriamo anche l'indotto, l'Italia è prima con una spesa per gli incontri che nel 2021 —nonostante un calo del 20% rispetto al periodo precedente la pandemia— è di 16 miliardi di euro» commenta infine **Fantini**. Una cifra considerevole che tiene conto di circa 7,2 miliardi di euro per la ristorazione (pari al 12% dei complessivi 60 miliardi di fatturato totale del settore riferito al 2021), 3 miliardi per l'abbigliamento e gli accessori (le italiane ma anche gli italiani amano essere trendy ad ogni nuovo incontro), 2,6 miliardi di euro per l'intrattenimento (in calo a causa del Covid), 1,8 miliardi per l'estetica (includendo wellness, fitness, cosmetici, coiffeur e trattamenti estetici) ed 1,4 miliardi di euro per i viaggi, purtroppo in fortissimo calo a causa delle restrizioni determinate dal diffondersi del Covid.

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.