

# 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**

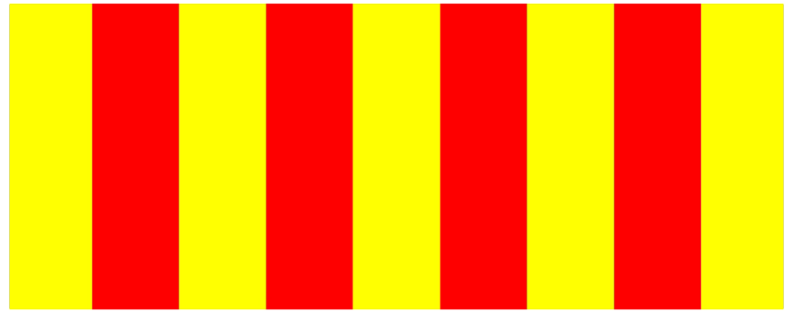
**SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!**

**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.



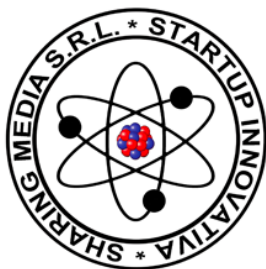
## Lecce tra le città più green, il «Piano Coste» tra le best practice nazionali

di Redazione

Nell'annuale *Rapporto sull'Ecosistema Urbano*, stilato da **Legambiente**, che misura la qualità della vita attraverso una serie di indicatori ecologici quali aria, acqua, ambiente e rifiuti, Lecce si conferma la città più green fra i capoluoghi di provincia pugliesi.

Il *Piano comunale delle Coste*, approvato a settembre dal Consiglio Comunale, è stato inoltre segnalato fra le “buone pratiche” nazionali, esperienze riproducibili che dimostrano che il cambiamento è a portata di mano, quando c'è davvero la voglia di creare discontinuità con il passato e di mettere in campo azioni per ridurre gli impatti ambientali e migliorare la vivibilità delle città e la qualità della vita.

*«In Puglia, dei 69 comuni costieri, Lecce —si legge nella motivazione della segnalazione fra le best practices— è il primo capoluogo a dotarsi di uno strumento obbligatorio per legge sin dal 2006. Il piano si sviluppa su 4 punti: accessibilità al mare; delocalizzazione delle attrezzature e degli usi demaniali; diversificazione degli usi demaniali; rigenerazione, tutela, valorizzazione paesaggistica e valorizzazione storico culturale».*



## 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.

Il *Piano delle Coste* nasce per essere uno strumento flessibile e adattabile alle continue trasformazioni della costa: non prevede solo un insieme di concessioni ma una gestione dinamica delle stesse e degli arenili. Tutto il litorale lecchese è stato suddiviso in cinque unità gestionali costiere. Su ciascuna di esse si attiverà un costante monitoraggio dell'erosione, condiviso tra amministrazione e concessionari balneari, che consentirà di registrare la dinamica di avanzamento o arretramento degli arenili e le strategie di intervento».

«Lecce si conferma tra la città più green. In più, abbiamo un motivo di importante soddisfazione: ogni anno, a margine dei dati puramente statistici, Legambiente segnala alcune buone pratiche, esperienze da prendere ad esempio che dimostrano che il cambiamento è possibile, se si attuano azioni in discontinuità con il passato» dichiara il sindaco **Carlo Salvemini**.

Secondo Legambiente, Lecce sta facendo da apripista. Ottimi anche i riscontri nei parametri relativi alla qualità dell'aria, agli alberi e alle infrastrutture per la ciclabilità, seppure ancora troppe sono le auto per numero di abitanti ed elevata è l'incidentalità.

«Prendo atto di queste valutazioni, sapendo che il senso del rapporto non è sentirsi in competizione con le altre città, ma cercare di migliorare la propria. Le considero uno sprone a fare di più, ma anche la conferma che siamo sulla buona strada. C'è ancora tanto da fare, ma sono fiducioso sulle azioni che abbiamo intrapreso: nuove piste ciclabili, progetti di riforestazione, misure di contrasto all'uso dell'auto e misure per la sicurezza stradale, riorganizzazione del trasporto pubblico urbano, iniziative per limitare il consumo del suolo e molti progetti per l'efficientamento energetico. Siamo una città in trasformazione, doveci sentiamo impegnati ogni giorno ad affrontare la sfida di una maggiore sostenibilità ambientale e migliore qualità della vita per tutti» conclude il sindaco **Salvemini**.

# 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.