

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.

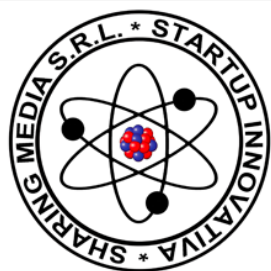


Web Economy: vendite online triplicate per il largo consumo

di Redazione

I trend dell'e-commerce per il 2022? La start-up innovativa **Sharing Media SRL** ha identificato le macro tendenze che caratterizzeranno il nuovo anno durante il quale si assisterà alla necessità di introdurre nuove formule e nuovi strumenti, —come gli innovativi servizi pubbli-editoriali proposti da Sharing Media— attraverso i quali raggiungere —usufruendo anche del **Bonus Pubblicità del 50%**— un'esposizione mediatica indispensabile per la ripartenza di tutte quelle aziende così duramente colpite da un altro anno di crisi.

Quali sono le nuove tendenze? «Nel 2022 l'e-commerce si appresta ad essere ancora più presente nella quotidianità degli italiani. La pandemia ha infatti consentito al commercio elettronico di conquistare uno spazio di rilievo anche tra chi era meno incline agli acquisti online» rispondono gli specialisti di Sharing-Media.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.

Le previsioni indicano per il 2022 vendite online raddoppiate (+90%) rispetto all'anno precedente. Con una accelerazione maggiore per la spesa online del largo consumo che si triplicherà (+220%), dopo un +37,5% negli ultimi 3 mesi del 2021 e dopo un 2020 in cui la spesa online degli italiani in questa categoria aveva sfiorato i 3 miliardi di euro (+84% rispetto al 2019).

«La pandemia ha rappresentato un Big Bang per l'e-commerce made in Italy. Da un giorno all'altro le vendite sono esplose e nulla tornerà più come prima» commenta la giovane imprenditrice **Viola Lala**, amministratrice unica della start-up innovativa Sharing Media SRL e direttrice responsabile dell'omonimo **Quotidiano "Sharing Media"** (www.sharing-media.com). Certo è che il marketing è in una fase ancora evolutiva e sta assumendo forme sempre più vicine al mondo digitale, assecondando le mutate esigenze sociali ai tempi del Covid-19.

Altro trend preso in considerazione da Sharing Media è quello esperienziale, legato all'opportunità di ottimizzare il dialogo con i clienti. Anche perché, dovendo abbandonare i canali tradizionali, i consumatori saranno sempre più esigenti. Ed a questo si collega anche la tendenza delle aziende a schierarsi in maniera netta su temi quali **ambiente, energia e sostenibilità**.

Dal punto di vista delle aziende la tendenza è poi quella di ricorrere maggiormente al **Bonus Pubblicità**, vedendo così dimezzarsi i costi delle loro iniziative di marketing, purché si sfruttino i canali abilitati a tal fine, ossia testate iscritte in Tribunale oppure società iscritte al ROC.

Il 2022, infine, sarà l'**Anno del Social Shopping**. «Una tendenza già evidente nel 2021 che si rafforzerà nel corso di quest'anno, che vedrà appunto prevalere l'utilizzo dei social media come concreto canale di vendita e non come una semplice vetrina promozionale» spiegano gli specialisti di Sharing-Media.com.

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.