

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

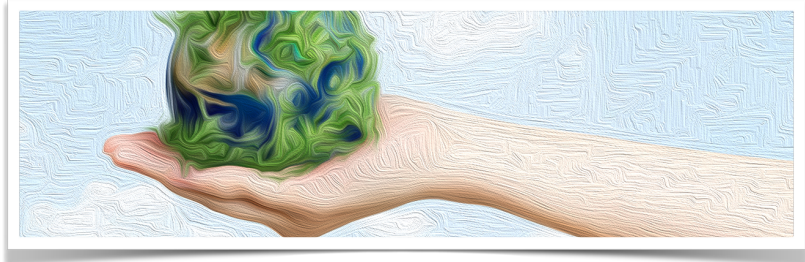
SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!

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.



Dal Green Washing al Risk Washing, le patologie del risk management

di Redazione

«In analogia con il termine “White Washing” che ha caratterizzato gli anni di boom dei Titoli di Efficiamento Energetico e con il più recente termine “Green Washing”, assistiamo ora purtroppo all'emergere di un nuovo fenomeno già ribattezzato da molti con il neologismo “Risk Washing”» spiegano gli esperti di Ener2Crowd.com, la prima piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico, riferendosi ad iniziative in cui si propongono metodologie di finanziamento e di prestito direttamente tra privati e tipiche di quell'area nota come *social lending* o *crowdfunding*.

«Vi sono alcuni settori —puntualizzano i fondatori dalla piattaforma— in cui la socializzazione dei prestiti rischia spesso di mascherare un'assenza di assunzione di responsabilità da parte delle aziende. In particolare modo quello della transizione energetica, dove il ruolo di un'impresa non può essere solo quello di vendere i propri prodotti o servizi, ma deve generare e condividere valore, anche assumendosene il rischio».

Ener2Crowd.com seleziona sempre ogni operazione ed azienda con una procedura che esclude quelli che possano presentare un rischio non commisurato per l'investitore. La piattaforma ha addirittura creato un algoritmo per capire se un investimento è veramente «green», introducendo l'Indicatore di Sostenibilità d'Investimento, il primo indicatore ad hoc per il GreenVestor,



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.

da cui è stato ottenuto anche un «*indicatore totale derivato*», definito come quantità ideale totale di emissioni di CO₂ che un'iniziativa green debba contribuire a ridurre per ogni euro ricevuto.

Quando si parla di *social lending* si deve fare molta attenzione a quegli aspetti che potrebbero mettere a rischio il risparmio, magari nascosti da aspetti commerciali invitanti od opportunità comunicate come attraenti. «*Dal greenwashing ci si sta muovendo verso il "lavaggio del rischio" —il risk washing—, un modello attraverso il quale uno o più operatori economici propongono pratiche che oscurano i rischi o i fattori di rischio che riguardano loro o anche altri soggetti, per evitare le implicazioni e le responsabilità di tale riconoscimento*» sottolineano i fondatori di Ener2Crowd.com.

«*Si tratta di operazioni commerciali ad alto rischio per cui si propone social lending, con esternalizzazione del rischio, che viene affidato ad operatori non del settore o comunque senza che siano proprio presenti nella gestione e co-finanziamento dell'operazione*» puntualizza **Giorgio Mottironi**, cso e co-fondatore di Ener2Crowd e *chief analyst* del GreenVestingForum.it, il forum della finanza alternativa verde.

«*Lo scopo di Ener2Crowd.com, unica dimensione finanziaria a tenere sotto controllo e a dichiarare gli impatti legati agli investimenti, non è precipuamente commerciale: il nostro obiettivo principale è quello di arrivare ad un mondo più sano e ad un futuro più giusto. Investire sulla nostra piattaforma vuol dire avere l'opportunità di fare la differenza per vincere la sfida climatica*» aggiunge **Niccolò Sovico**, ceo, ideatore e co-fondatore della piattaforma.

«*Dal primo minuto la nostra mission è sempre stata chiara: costruire un futuro migliore*» prosegue **Sovico**, riferendosi al lontano giugno 2018, quando alcuni giovani ingegneri appassionati di energia e mossi dalla volontà di renderla un veicolo partecipato della trasformazione dell'economia, disegnarono una prima bozza di presentazione di ciò che si sarebbe poi chiamato Ener2Crowd.

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.