

# 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.



## A San Valentino registrato boom di attività fedifraga

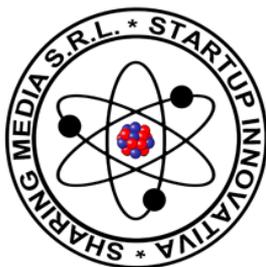
di Redazione

Quest'anno nel giorno della Festa degli Innamorati sono quadruplicate le iscrizioni ad [Incontri-ExtraConiugali.com](http://Incontri-ExtraConiugali.com), il portale più affidabile dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato. Una tendenza che si ravvisava anche il giorno precedente, il *Mistress Day*, e che si è confermata anche il giorno successivo, San Faustino.

Negli ultimi 12 mesi, Incontri-ExtraConiugali.com ha registrato 479.452 nuove iscrizioni, con una media di 1.314 iscrizioni al giorno. «Ma il 14 febbraio, il giorno di San Valentino si è registrato un picco di 5.274 iscrizioni» spiega **Alex Fantini**, fondatore del portale.

«Certo è che la Festa degli Innamorati ha perso di significato, le coppie non festeggiano più, anzi scoppiano proprio in questi momenti più simbolici» ricalca Fantini. Il 14 febbraio la crescita di iscrizioni al portale specializzato in scappatelle è stata del +301%, ma già il 13 febbraio —il *Mistress Day*, il giorno degli amori clandestini— il portale ha registrato un raddoppio (+103%) che ha portato a 2.665 iscrizioni. «Oltretutto era anche domenica, il giorno in cui scoppiano la maggior parte delle coppie» sottolinea Alex Fantini.

«La domenica —prosegue— è statisticamente il giorno della settimana in cui ci si lascia di più perché è il giorno in cui maggiormente si condividono gli spazi senza troppi impegni che distolgano i pensieri. La routine domenicale di fare poi quasi sempre le stesse cose non aiuta certo la passione e lascia troppo tempo libero in cui ci si focalizza spesso sui problemi».



## 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.

Poi ancora, lunedì 15 —San Faustino, festa dei single— la tendenza verso l'amore extraconiugale è rimasta elevata, con 3.248 nuove iscrizioni al portale (+147%). «E si perché anche i single si iscrivono ai portali di incontri extraconiugali. Moltissimi uomini e donne, delusi dalle app generaliste, si iscrivono per cercare una relazione senza troppe complicazioni» chiarisce **Alex Fantini**.

Solo chat erotiche, sexting e fantasie? Tutto fumo e niente arrosto? No, questa volta gli italiani non sono per niente platonici: l'amore clandestino in questi giorni si è davvero consumato: Incontri-ExtraConiugali.com lo ha potuto appurare attraverso un sondaggio su un campione di mille uomini e mille donne iscritte al sito.

«Hai tradito il tuo partner il 13 febbraio?» Risponde di sì il 22% degli uomini ed il 16% delle donne. In media il 19% degli iscritti di entrambi i sessi. «Hai tradito il tuo partner il 14 febbraio?» Risponde di sì il 9% degli uomini ed il 7% delle donne. In media l'8% degli iscritti ha infatti tradito proprio nel giorno di San Valentino, gli uomini in numero leggermente superiore. «Hai tradito il tuo partner il 15 febbraio?» Risponde di sì il 15% degli uomini ed il 21% delle donne. In media il 18% degli iscritti hanno tradito nel giorno di San Faustino.

«Tradirai il tuo partner entro i prossimi 12 giorni?» Risponde di sì il 30% degli uomini ed il 36% delle donne. In media il 33% degli iscritti tradirà il partner entro fine mese. «Questo mese no». Risponde in questo modo il 14% degli uomini ed il 20% delle donne. In media il 17% degli iscritti. Il rimanente 5%, infine, «non lo sa» (il 3% degli uomini ed il 7% delle donne).

È la fine della coppia? «Ma no, dopo routine e noia, una relazione extraconiugale può riuscire a rendere **più solido il matrimonio e più stabili anche le coppie non sposate**» conclude il fondatore di [Incontri-ExtraConiugali.com](http://Incontri-ExtraConiugali.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](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.