

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

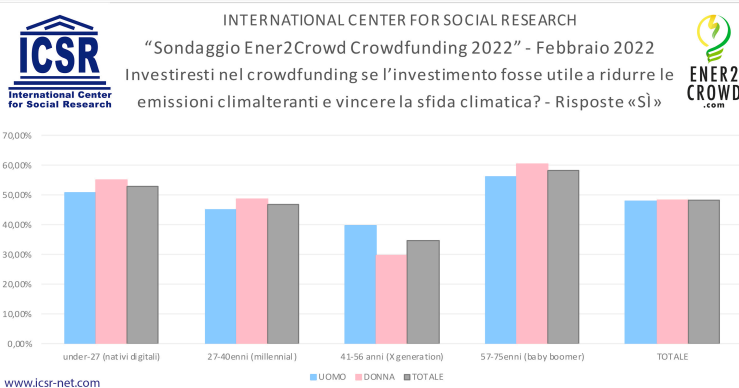
SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTA ADESSO!

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.



Eroi verdi: un italiano su 2 investirebbe nella finanza alternativa green

di Redazione

Il 64,93% degli italiani conosce il crowdfunding come possibilità di raccolta ed il 26,22% è interessato ad investire attraverso questo strumento. È quanto emerge dal «Sondaggio Ener2Crowd Crowdfunding 2022» commissionato da [Ener2Crowd.com](https://ener2crowd.com) — la prima piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico — all'International Center for Social Research (ICSR). La ricerca è stata realizzata dall'1 al 4 febbraio 2022 su un campione di 2 mila uomini e 2 mila donne residenti in Italia, di età compresa tra i 18 ed i 75 anni, con campionamento stratificato per quote di genere per le seguenti fasce di età: 1) maggiorenni under-27 (*nativi digitali*); 2) 27-40 anni (*millennial*); 3) 41-56 anni (*X generation*); e 4) 57-75 anni (*baby boomer*). Per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (4.000 casi), ad un livello di confidenza del 98,86%, il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è stato calcolato pari al 2,04%.

Secondo lo studio, la percezione del crowdfunding in Italia continua a crescere: oltre due terzi degli intervistati sono



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.

consapevoli della possibilità di offrire o raccogliere fondi online e questa percentuale sale vertiginosamente all'86,60% nelle donne native digitali —under 27— mentre è più bassa nei baby boomer —57-75 enni— di sesso maschile (46,40%).

«Nel crowdfunding sono incluse una molteplicità di possibilità, includendo le donazioni ed il "reward crowdfunding", ma è per quanto riguarda più specificamente gli investimenti (equity o lending) che si è verificato il boom dell'ultimo anno» spiega **Niccolò Sovico**, ceo, ideatore e co-fondatore di Ener2Crowd.com.

Quanti italiani sarebbero disposti a fare anche solo un piccolo investimento nel crowdfunding? I risultati del sondaggio evidenziano che oltre un quarto dei nostri connazionali è interessato ad investire nella finanza partecipativa ed anche in questo caso la percentuale sale nelle donne native digitali —under 27— (33%). Negli uomini sotto i 27 anni, la percentuale (26,40%) è comunque più alta rispetto alle altre fasce d'età maschili: millennial (27-40enni) 25,60%, X generation (41-56enni) 25%, e baby boomer (57-75enni) 24%. Per le donne, invece, le percentuali non sono progressive per età: dalle native digitali al 33% si scende con le millennial al 25,60% (come per gli uomini) ed al 22,40% con le X generation, per poi risalire al 24% con le baby boomer.

«Dal punto di vista demografico, sono i più giovani e le donne sia a comprendere meglio il crowdfunding che ad essere interessati ad investirvi» sintetizza **Giorgio Mottironi**, cso e co-fondatore di Ener2Crowd nonché chief analyst del GreenVestingForum.it, il forum della finanza alternativa verde. Se poi l'investimento è utile all'ambiente la percentuale generale sale al 48%, con una propensione elevata negli uomini e donne nativi digitali (rispettivamente 50,60% e 55%) ma ancora più elevata nei baby boomer: 56% per gli uomini e 60,40% per le donne.

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.