

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
PUBLICITÀ**

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.

 **ENER2CROWD**.com

Meno mattone e più finanza alternativa

di Redazione

Il trend dell'immobiliare? «Stiamo assistendo ad un nuovo tonfo dei mutui, che lo scorso marzo hanno segnato un -26% a fronte di uno speculare +27% dei finanziamenti finalizzati all'acquisto di beni e servizi e +21% dei prestiti personali» sottolineano gli analisti di [Ener2Crowd.com](https://www.ener2crowd.com), la prima piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico. Confrontando poi l'intero primo trimestre 2022 con l'anno precedente, si conferma l'andamento divergente: le richieste di mutui immobiliari segnano un -25,5% mentre i prestiti crescono del +24,3% rispetto al corrispondente periodo del 2021. Secondo gli analisti di [Ener2Crowd.com](https://www.ener2crowd.com), la situazione congiunturale particolarmente instabile a causa dell'inflazione e del conflitto in Ucraina si rifletterà in modo ancora più evidente sulla domanda di prestiti, che già al primo trimestre 2022 è superiore non solo al 2021 ma perfino al corrispondente trimestre 2019, prima dello scoppio della pandemia. «Il paradosso per un popolo di risparmiatori quale è quello italiano —mettono in evidenza gli analisti— sta non solo nell'evidente prospettiva di una “vita da indebitati” ma anche nella crescita contro-tendente rispetto a quanto si poteva rilevare negli anni del boom economico nazionale —tra il 1962 ed il 1972— in netto contrasto con l'evoluzione nei rispettivi periodi di riferimento degli indici di costo dei beni che il **GreenVestingForum** ha messo in correlazione con la capacità di acquisto di un bene in base al reddito medio». «La situazione congiunturale è poi ancora più difficile per chi guarda agli immobili come investimento.



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.

Comparando un investimento immobiliare di taglia media con un investimento nella Green Economy è evidente come, per ottenere rendimenti degni di nota, nel primo caso si devono avere a disposizione ingenti capitali e tenerli immobilizzati in una pericolosa trappola della liquidità che oggi sarebbe soggetta alle incertezze derivate dalla pandemia e dal conflitto in Ucraina, nonché ad un prevedibile ridimensionamento dei valori di mercato» spiega **Giorgio Mottironi**, chief strategy officer di Ener2Crowd nonché chief analyst del [GreenVestingForum.it](https://www.greenvestingforum.it). Con un investimento nella Green Economy è invece possibile guadagnare molto investendo pochissimo. «*In 3 minuti ho guadagnato 30 euro investendone appena 500*» dichiara una iscritta alla piattaforma [Ener2Crowd.com](https://www.ener2crowd.com). Insomma in 3 minuti si può avere una rendita extra pari a quanto un lavoratore medio guadagna in una o due ore. Effettivamente il tempo necessario per registrarsi ed investire sulla prima ed unica piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico non supera i 3 minuti e la rendita può arrivare all'8% annuo. Cifre realistiche, non come quelle ipotizzate da molti pseudo-guru della finanza che promettono guadagni da 5 mila euro in un giorno, magari con criptovalute e leve che quasi sempre vedono prosciugati i conti dei più incauti investitori. «*Il nostro sogno, diventato la nostra missione quotidiana, è quello di creare uno strumento di partecipazione democratico al più grande mega-trend economico che la società contemporanea potrà mai conoscere: quello basato sugli sforzi per rilanciare un futuro sostenibile a zero emissioni. E con la nostra piattaforma è possibile per tutti, anche per i piccoli risparmiatori*» puntualizza **Niccolò Sovico**, ceo e co-fondatore di Ener2Crowd, selezionato tra i 100 giovani under-30 più influenti dalla rivista Forbes. Gli investimenti nella Green Economy sono di gran lunga più accessibili e più convenienti dell'immobiliare: possono garantire un ritorno medio netto che varia dal 5% all'8% annuo, senza dover affrontare rischi o problemi gestionali.

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.