

# 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.



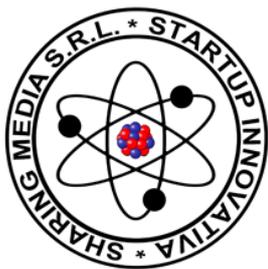
## Risparmio: sempre più bassa la ricchezza under-30

di Redazione

Negli Anni '90 la ricchezza in possesso degli under-30 era maggiore rispetto a quella degli over-65, ma oggi la situazione si è ribaltata in maniera drastica: ecco i risultati di una analisi di [Ener2Crowd.com](http://Ener2Crowd.com), la prima piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico.

Punto debole del Belpaese è l'enorme debito pubblico, ma anche il risparmio privato in Italia è tra i più elevati al mondo. «Da questo punto di vista l'italiano è una saggia e previdente formica che non ama fare debiti: al netto degli immobili, il risparmio privato dei nostri connazionali ammonta a 4.200 miliardi di euro, circa due volte e mezzo il pil nazionale» osservano gli analisti di [Ener2Crowd.com](http://Ener2Crowd.com), la prima piattaforma italiana di lending crowdfunding ambientale ed energetico.

Una cifra pari al 13,6% del risparmio privato dell'intera Unione Europea che ha raggiunto ormai un picco di 31.000 miliardi di euro. Una montagna di denaro che —sia in Italia che in Europa— giace per lo più bloccata in depositi improduttivi, senza riparo dai morsi inferti dall'inflazione che già a giugno è arrivata all'8% erodendo il potere di acquisto degli italiani.



## 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.

«La nostra è una ricchezza di rilievo, che deve essere preservata ed investita per le prossime generazioni» sottolinea **Niccolò Sovico**, ceo, ideatore e co-fondatore di [Ener2Crowd.com](https://ener2crowd.com). Il problema è però l'attuale distribuzione della ricchezza nel nostro Paese.

Se negli Anni '90 i risparmi in possesso degli under-30 erano pari a 78 mila euro pro-capite —addirittura di più rispetto ai 57 mila euro pro-capite di risparmio degli over-65— oggi la situazione si è ribaltata in maniera drastica.

Nel 2022 la ricchezza degli over-65 è quasi triplicata passando a 143 mila euro, mentre i risparmi degli under-30 sono scesi a 12 mila euro, meno di un sesto rispetto agli Anni '90. Insomma la ricchezza in possesso degli under-30 è sempre più bassa, quella degli over 65 sempre più alta.

Il fenomeno è comprensibilmente determinato da fattori strutturali quali l'invecchiamento della popolazione, la diminuzione della mobilità sociale, la crescente necessità di integrare il sistema pensionistico pubblico e via dicendo.

«Ma dal punto di vista demografico sono i più giovani a comprendere meglio il sistema della finanza alternativa e ad essere interessati a fare investimenti utili all'ambiente con una propensione elevata tra i nativi digitali uomini (50,60%) e soprattutto donne (55%)» sintetizza **Giorgio Mottironi**, cso e co-fondatore di Ener2Crowd nonché chief analyst del [GreenVestingForum.it](https://greenvestingforum.it), il forum della finanza alternativa verde.

E proprio per questo, pensando ai più giovani, Ener2Crowd ha introdotto il "Green Generation Bonus", lo strumento attraverso il quale la piattaforma vuole favorire la costruzione di ricchezza per i più giovani concedendo un +0,5% aggiuntivo al tasso di interesse per tutti gli under-24, anche qualora fossero i genitori o altri parenti ad investire per loro.

## 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, uppercase sans-serif 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.