

# 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 2023

APPROFITTADE ADESSO!

# 75%

di credito d'imposta sul valore incrementale degli investimenti pubblicitari 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.

## LE QUARANTENNI PIÙ SEXY D'ITALIA NEL SONGAGGIO 2023 DI COUGARITALIA.COM



## Le più sexy d'Italia

di Redazione

Le donne da sogno del 2023? [CougarItalia.com](https://www.cougaritalia.com), il portale che promuove incontri tra donne in carriera ed uomini più giovani, ha condotto dal 2 al 7 gennaio di quest'anno un sondaggio su un campione di 2.457 uomini tra i 24 ed i 55 anni, chiedendo loro di indicare la donna a loro avviso **più affascinante**, esprimendo non oltre 3 preferenze. «*Il campione ha così espresso un totale di 5.884 preferenze, con il valore massimo di 665 preferenze raggiunto dalla prima in classifica (l'11,3% del totale)*» spiegano gli analisti del portale.

**Cosa accomuna le donne capaci di far girare la testa del maschio italico?** Sono sensuali, dolci ed esperte: sono infatti **tutte over 40** e sono ritenute essere **più seducenti ed interessanti rispetto alle ventenni o alle trentenni**.

«*Il 68% del campione ha indicato che le donne più âgée sono più affascinanti delle ragazze della Generazione Z (native digitali, under 27) o della Generazione Y (27-40enni)*» puntualizza **Alex Fantini**, il fondatore di [CougarItalia.com](https://www.cougaritalia.com).

Non è prerogativa maschile la capacità di incantare con il fascino degli anni, lo fanno anche le donne: le 41-56enni della **Generazione X** e le **Baby Boomer** di 57 anni ed oltre. «*Sono proprio loro l'essenza delle Cougar, donne che ricoprono spesso un ruolo di successo nelle aziende o nelle professioni*» sottolinea **Alex Fantini**.



## 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.

**Perché preferire una ultra 40enne ad una ventenne fresca e soda?** Gli intervistati hanno indicato che la donna matura ha una maggiore **esperienza (88%)**, un maggiore **fascino (68%)** ed una maggiore **carica di erotismo (65%)**.

*Ed ecco il ranking.* Al 1° posto c'è **Elisabetta Gregoraci (42 anni)**, che totalizza 665 preferenze (11,3%) e continua ad essere attivissima sui social **1,9 milioni di follower** su Instagram. È lei l'«icona hot» più desiderata dagli italiani nel 2023, insieme a **Vanessa Incontrada (44 anni)**, al 2° posto con 608 preferenze (10,4%) e con **2,5 milioni** di seguaci. Al 3° posto, vi è poi **Federica Panicucci (55 anni)** con 560 preferenze (9,5%) ed un milione di follower su Instagram.

La 4ª posizione (513 preferenze, 8,7%) è di **Barbara d'Urso (65 anni)**, il 5° posto è per **Elisabetta Canalis (44 anni)** con 464 preferenze (7,9%) e 3,4 milioni di seguaci. Poi al 6° posto **Ilary Blasi (41 anni)** con **456 preferenze (7,7%)**.

In 7ª posizione troviamo **Alessia Marcuzzi (50 anni)** con 437 preferenze (7,4%), 8ª segue **Sabrina Salerno (54 anni)** con 357 preferenze (6,1%), 9ª **Maddalena Corvaglia (43 anni)** con 348 preferenze (5,9%) e 10ª, **Alba Parietti (61 anni)** con 320 preferenze (5,4%). Poi ancora all'11° posto troviamo **Monica Bellucci (58 anni)** con 295 preferenze (5%), mentre 12ª è Sabrina Ferilli (58 anni) con 271 preferenze (4,6%).

Chiudono la classifica di [CougarItalia.com](https://www.cougaritalia.com) **Antonella Clerici (59 anni)** con 204 preferenze (3,5%) e 936 mila follower, **Pamela Prati (64 anni)** con 198 preferenze (3,4%) e 329 mila seguaci e **Laura Pausini (48 anni)** con 188 preferenze (3,2%). «Tutte loro stanno regalando ai loro fan un Anno Nuovo ricco di soddisfazioni, infiammando il web con le loro immagini "hot" con quell'eleganza e quell'allure che solo le donne Cougar sanno avere» conclude **Alex Fantini**.

# BONUS PUBBLICITÀ 2023

## APPROFITTADE ADESSO!

# 75%

di credito d'imposta sul valore incrementale degli investimenti pubblicitari su STAMPA ed ONLINE

PUBLIREDAZIONALE

# VIOLA LALA LANCIÀ 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.