

SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

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

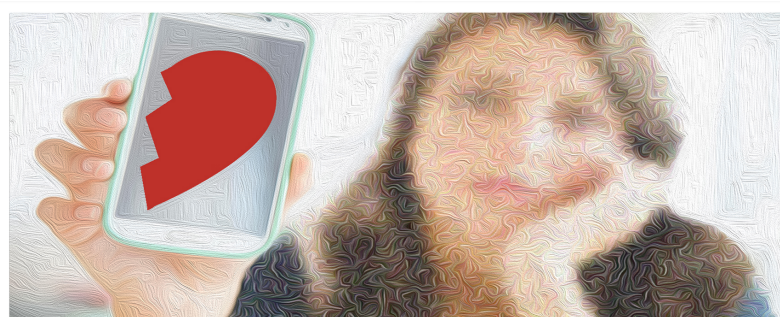
**SEI ANCORA IN TEMPO,
APPROFITTANE ADESSO!**

50%

di risparmio su ogni investimento pubblicitario su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com

**Il Media Network
Sharing Media Srl**

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Bot e falsi profili sui portali di incontri online

di Redazione

«Su alcune piattaforme poco scrupolose si è potuto appurare che il 95% dei profili femminili erano in realtà dei fake» mette in evidenza **Alex Fantini**, fondatore di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://incontri-extraconiugali.com).

L'esempio più emblematico rimane il caso del famoso sito di incontri canadese hackerato da «The Impact Team». Secondo **Gizmodo** —il portale giornalistico americano più autorevole della blogosfera tecnologica internazionale— oltre 70 mila account femminili risultarono essere falsi, appositamente creati per inviare agli utenti maschi milioni di falsi messaggi, creando l'illusione di un gigantesco “parco giochi” pieno di donne disponibili.

Ma questo non rimane un caso isolato. Secondo un'indagine di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://incontri-extraconiugali.com), il portale più affidabile dove cercare un'avventura in totale discrezione e anonimato, sono molti i siti web e le app che hanno creato profili femminili falsi adottando poi la tecnica dei “bot”.

«Stimiamo che in tutto il mondo sulle piattaforme di dating oltre 100 milioni di uomini siano già stati contattati da un bot —un programma guidato dall'intelligenza artificiale— e 60 milioni abbiano già chattato con loro: numeri che sono ancora in crescita» sottolinea **Alex Fantini**.



Start Up Innovativa

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 questo fenomeno? «Nel mondo del dating è un po' un segreto di Pulcinella. A spingere le piattaforme è la difficoltà di reperire donne reali che possano attrarre il pubblico maschile e convincerlo a pagare un abbonamento o acquistare crediti per chattare più a lungo con esse. Ignari che in realtà queste donne non sono reali, ma sono solo dei "bot"» risponde **Alex Fantini**.

Grazie alle nuove tecnologie, i bot sono sempre più sofisticati. Iniziano con un «**ci sei?**» o con un «**ciao, come stai?**» per poi intavolare quella che sembra una vera conversazione. «*Ma sono frasi programmate*» spiega il fondatore di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com). E non è l'unico inganno: oltre ai bot altri operatori hanno deciso di assumere donne vere per comunicare con gli uomini. Senza contare poi l'elevato numero di siti che non esitano a creare falsi account femminili per gonfiare la base utenti.

«*Alcuni operatori lo fanno perché si ritrovano ad avere un numero di donne vere molto limitato. Ma altri, pur avendo un buon numero di iscritte, ricorrono ugualmente a questa tecnica perché non vogliono che gli uomini incontrino donne vere e smettano di pagare i loro abbonamenti*» rivela il fondatore di [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com) che ha invece assunto un team che assicura che il 100% degli utenti sono reali.

«*Noi non abbiamo di questi problemi. Non abbiamo bisogno di bot o di animatrici perché le donne sono già di loro particolarmente propense a visitare il nostro sito e sono molto attive. Nella nostra nicchia di mercato sarebbe assurdo ricorrere ad espedienti, che poi alla fine portano alla perdita degli iscritti, che nel nostro caso sono fedelissimi*» rimarca **Alex Fantini**. E sì, perché su un portale tradizionale un iscritto dura solo il tempo di trovare una relazione. Su [Incontri-ExtraConiugali.com](https://www.incontri-extraconiugali.com) —invece— gli iscritti si affezionano, sono soddisfatti del servizio e volendo trovare nuove emozioni (la compagna già ce l'hanno) perdurano nel tempo. «*Sarebbe assurdo rischiare di perderli*» conclude **Fantini**.

BONUS PUBBLICITÀ

SEI ANCORA IN TEMPO, APPROFITTANE ADESSO!

50%

di risparmio su ogni
investimento pubblicitario
su STAMPA ed ONLINE
INFO: press@sharing-media.com

ENER2CROWD SUPERA I 6 MILIONI DI EURO

La prima (ed unica) piattaforma italiana specializzata nel lending crowdfunding nell'ambito dell'energia sostenibile è l'unica dimensione finanziaria a dichiarare gli impatti legati agli investimenti

«Lo scopo di **Ener2crowd** è quello di arrivare ad un **mondo più sano** e ad un **futuro più giusto**. Investire sulla nostra piattaforma vuol dire avere l'opportunità di fare la differenza per **vincere la sfida climatica e sostenere la transizione energetica**, facendo del bene al proprio presente ed al futuro di tutta l'umanità» sottolinea **Niccolò Sovico**, ceo, ideatore e co-fondatore della piattaforma.

«Dal primo minuto la nostra mission è sempre stata chiara: costruire un futuro migliore» prosegue **Sovico**, riferendosi al lontano giugno 2018, data del primo incontro, quando alcuni giovani ingegneri appassionati di energia e mossi dalla volontà di renderla un **veicolo partecipato della trasformazione dell'economia**, disegnarono una prima bozza di presentazione di ciò che si sarebbe poi chiamato **Ener2crowd**.

«In 8 mesi, vi è stato lo sviluppo informatico, legale e delle strategie di comunicazione e marketing, che hanno portato a poter rendere operativa la **prima vera ed al momento unica piattaforma italiana di green lending crowdfunding**» racconta **Sovico**.

Arrivando così a settembre 2019 con il lancio ufficiale della piattaforma e con un team ancora più coeso e pronto ad **affrontare una delle più grandi sfide del XXI secolo**, che tutti attendono, ma che nessuno sa come risolvere: **invertire la rotta del cambiamento climatico**, attraverso un processo di sviluppo di interventi concreti e misurabili dove il fattore determinante non è altro che **la partecipazione di tutti e la condivisione collettiva dei benefici**.

«Oggi a due anni dal lancio del primo progetto la piattaforma ha una **community di 5.000 GreenVestor** ed ha raccolto **6 milioni di euro**, finanziando 45 progetti. La strada per un futuro sostenibile, scelto e costruito da tutti, non era più così lontana» ricorda con orgoglio il ceo.

www.ener2crowd.com

Un futuro sostenibile è l'unico che sappiamo immaginare

UN PIANETA, UN FUTURO, UNA SOLUZIONE, ED IL MOMENTO MIGLIORE PER METTERLA IN ATTO

ENERGY CROWDFUNDING

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento innovativo e digitale attraverso cui un promotore di un'iniziativa economica e sociale chiede fondi ad un'ampia platea di potenziali investitori per avviare il progetto.



ALEJANDRO GASTÓN JANTUS LORDI DE SOBREMONTÉ SOCIOLOGO & GIORNALISTA PROFESSIONISTA

Attraverso il suo marchio AJCOM®, il giornalista **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** (www.aj-com.net) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli in Italia ed in molti altri Paesi del mondo.



Ciò che contraddistingue **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** 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 del marchio **AJCOM**, giornalista professionista, sociologo e relatore pubblico, Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte **dal 1989 ad oggi** ha lavorato per le più grandi testate nazionali tra le quali anche i quotidiani IL TEMPO ed IL GIORNALE, i settimanali PANORAMA ed ECONOMY, i mensili CAPITAL ed IN THE WORLD, lavorando anche come *freelance* per numerose testate estere e scrivendo migliaia di articoli in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Con il marchio registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico “AJCOM”, **opera dal 2002** nel campo della comunicazione, svolgendo attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media per conto di società private ed enti pubblici.

Le sue aree di specializzazione includono tutti i settori: dall’ambiente all’energia, dalla moda all’enogastronomia, dal turismo al dating online.

Tra i suoi clienti anche la multinazionale canadese Solar Power Network, la ESCo Avvenia (poi acquisita da Terna), la piattaforma Ener2Crowd, il Delegato del Sindaco di Roma alla Tutela dei Consumatori e degli Utenti e perfino professionisti e sportivi del calibro di Carolina Kostner.

www.aj-com.net

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.