

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



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.



Corpo ed estetica

di Redazione

Solo il 16% degli italiani si dichiara sicuro di sé stesso a prescindere dagli altri.

«Il 95% degli italiani ritiene l'apparenza estetica un elemento importante nella propria vita, **il 64% dichiara di piacersi guardandosi allo specchio** ed il 49% di trovarsi in ordine per tutte le circostanze. Ma il 12% dichiara di non essere affatto a suo agio nel suo corpo (+5% rispetto al 2023)» sintetizzano i responsabili di **Vamonos-Vacanze.it**.

«La percezione del proprio corpo è un'esperienza soggettiva, che però dipende da molteplici fattori che interagiscono, perché **tendiamo ad essere influenzati dalle opinioni degli altri** e dalle immagini iper-realistiche **veicolate dai media**» puntualizzano gli esperti.



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.

«Nel quotidiano, sono molti i gesti grandi e piccoli che si compiono nel perseguire l'accettazione del proprio corpo: **per l'92% la cura di sé è importante** (era il 88% nell'analoga indagine del 2023) e la maggior parte di noi è impegnato a condurre uno stile di vita sano **mangiando bene (68% contro il 63% del 2023)**, facendo **sport ed allenandosi con costanza (57% contro il 47% del 2023)**, oppure **dormendo adeguatamente (48% contro il 38% del 2023)**. Mentre per sentirsi comodi con se stessi, **il 71% si concede viaggi frequenti (+17%)** ed **il 52% ricorre ad attività wellness (+7%)**» osservano gli analisti di Vamonos.

Ma se per qualcuno la sensazione di libertà nel proprio corpo è costante, per altri può **dipendere dalle circostanze**, dal livello di **stress** o dal grado di **affezione verso gli altri**, perché nel *viaggio interiore* verso la propria autostima può influire, anche pesantemente, **il giudizio degli altri**.

Risulta infatti che **solo il 16% degli italiani si dichiara sicuro di sé stesso a prescindere dagli altri**, con **il 26% che dichiara comunque di non subirne l'influenza**. La maggior parte del campione, il 73%, reputa invece il giudizio degli altri **importante solo in alcune circostanze**, contrariamente ad un **23% che ci presta una costante attenzione** (era il 7% nel 2023), curando il loro aspetto anche per le più piccole attività quotidiane.

Chi influisce di più sulla percezione del sé degli italiani? Al primo posto troviamo i **media con il 68%** (+20%), seguono poi gli **amici (39% , +10%)**, il **partner (26%, -10%)** e la **famiglia (31%, +10%)**. «L'importante è osservare che l'autostima non è mai esclusivamente basata su fattori esterni: **la vera autostima proviene invece dalla capacità di apprezzarsi e rispettarsi indipendentemente dall'opinione degli altri**» concludono gli esperti.



SHARING MEDIA®

Image licensed to SHARING MEDIA® by ICP

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.