



Editoria, aziende, comunicazione
e Sviluppo sostenibile:

Nasce 'Green Brand', un volume dedicato alle aziende 'verdi', eco-compatibili e attente all'Ambiente

Il libro raccoglierà casi aziendali e buone pratiche di marchi e imprese 'sostenibili', impegnati nell'abbinare le attività economiche e produttive con la tutela dell'Ambiente, e nel promuovere politiche aziendali eco-compatibili.

È iniziata la ricerca e selezione di marchi e imprese 'verdi', dalle medie aziende alle multinazionali, da parte di B&p communication, che editerà il volume in uscita ad aprile

Torino, gennaio 2008 – Sarà dedicato alle **aziende 'verdi', eco-compatibili e attente all'Ambiente**. E comprenderà **una ricerca in esclusiva per l'Italia**, realizzata a livello internazionale da Ipsos-Mori, consultando cittadini e consumatori di tutto il mondo e analizzando la loro attenzione, il loro giudizio e i loro orientamenti nei confronti delle aziende che si dimostrano più o meno sensibili ai temi ambientali.

'Green Brand' è il volume che raccoglierà casi aziendali e buone pratiche di **marchi e imprese impegnati nel promuovere politiche aziendali eco-compatibili e responsabili, in linea con uno Sviluppo sostenibile**, e nell'abbinare le proprie attività economiche e produttive con la tutela dell'Ambiente, del territorio e delle risorse naturali.

E già il titolo in inglese è più che esplicito: 'Marchio Verde', a sottolineare che, per trovare posto all'interno del volume e nella panoramica di aziende e società che verranno presentate e descritte, di ogni dimensione e settore di attività, dalla media azienda alla grande multinazionale, dall'impresa alimentare a quella

automobilistica o di Tlc, ciascuna azienda dovrà **soddisfare dei requisiti e rappresentare caratteristiche di sostenibilità ed eco-compatibilità**, in ogni possibile forma: dalla riduzione di Anidride carbonica prodotta, ad esempio riducendo gli spostamenti in auto o in aereo dei dipendenti, al riciclo della carta, al minor consumo di energia elettrica, passando per abitudini alimentari e sociali in genere.

Il volume 'Green Brand' è un'opera che **B&p communication**, società editoriale di Torino specializzata nei settori del marketing e della comunicazione, **pubblicherà ad aprile 2008 e distribuirà in allegato gratuito in abbinamento a una tra le principali testate giornalistiche nazionali**: 'Green Brand' rappresenterà infatti il secondo numero della **collana editoriale 'Brand Concepts'**, dedicata alle tematiche e gli scenari più innovativi del branding, che prevede la pubblicazione, con periodicità quadrimestrale, di un nuovo e inedito volume monografico dedicato, di volta in volta, a un tema specifico e innovativo del Marketing, della Comunicazione, delle strategie aziendali, il cui primo numero, intitolato 'Brand 2.0', è stato pubblicato nel novembre scorso e distribuito in allegato gratuito con il settimanale Il Mondo.

"Abbiamo deciso di dedicare il secondo volume della collana Brand Concepts al tema del 'Green', dell'Ambiente, delle aziende e imprese attente alle istanze dell'ecologia e dello Sviluppo sostenibile" spiega **Paolo Cagliero, responsabile editoriale di B&p communication**, "perché è senza dubbio un tema di grande attualità e di forte impatto, economico e sociale. 'Green Brand' nasce poi da un'esplicita esigenza delle aziende, dato che in Italia ci si sta muovendo molto, a livello aziendale, per migliorare l'attenzione e la tutela nei confronti dell'Ambiente, purtroppo però se ne parla poco. Troppo poco. E una campagna di comunicazione sulla Stampa o in Tv non è sufficiente per spiegare, al grande pubblico come ad altri interlocutori di mercato, come realmente si stia operando, con quali progetti, obiettivi e iniziative. Per questo **'Green Brand' vuole essere uno strumento attraverso il quale le aziende e le imprese, dall'industria tecnologica a quella che si occupa di viaggi e vacanze o packaging, possano raccontare, descrivere e illustrare ciò che stanno facendo al riguardo**".

Il volume raccoglierà quindi le 'case-history' e le buone pratiche di società e marchi che operino sul mercato italiano, "e che siano intervenuti o abbiano influito su prodotti, servizi, innovazione e stili di vita, affrontando la questione ambientale, dell'eco-compatibilità e dello Sviluppo sostenibile in modo opportuno" osserva **Barbara Picollo, direttore editoriale di B&p communication**: "è un

lavoro a tutto tondo, a cui collaboreranno diversi enti, pubblici e privati, che possano certificare la qualità 'Green' anche dell'editore". Un libro e un progetto al quale collabora e prende parte, tra gli altri, anche **Tandberg**, azienda norvegese leader a livello mondiale nel settore delle video-conferenze, che ha concesso a B&p communication la pubblicazione in esclusiva per l'Italia della ricerca internazionale realizzata da **Ipsos-Mori** su consumatori e aziende 'Green'. L'utilizzo delle video-conferenze diventa, tra l'altro, un modo concreto ed efficace per abbattere l'immissione di Anidride carbonica nell'aria, diminuendo il numero di spostamenti dei manager delle aziende, e il progetto 'Green Brand' è stato visto da Tandberg come un'opportunità per comunicare il proprio impegno in questo campo.

"Stiamo ora lavorando intensamente alla **ricerca e selezione di aziende e società che abbiano i requisiti e le caratteristiche giuste per prendere parte al progetto ed essere presenti all'interno del volume 'Green Brand'**, che sarà pronto in aprile" sottolinea Barbara Picollo, "e verrà presentato alla Stampa e al pubblico nel corso di **un evento di livello internazionale** collegato ai temi dell'eco-sostenibilità, dell'attenzione all'Ambiente nell'Economia e dello Sviluppo sostenibile".

Ufficio Stampa B&p communication:

*Stefano Casini – Cell. 340.28.18.056 –
casini@bpcommunication.net*