



Editoria, aziende, comunicazione e Sviluppo sostenibile:

Nokia, Intel, Philips e Hp **Le aziende Hi-tech aderiscono a 'Green Brand'**

Alcuni grandi nomi del settore tecnologico sono tra le imprese che prenderanno parte al volume dedicato ai marchi 'verdi', produzione, Ambiente e Sviluppo sostenibile, che verrà pubblicato e distribuito da B&p communication in aprile, in allegato gratuito con un'importante testata di RCS MediaGroup

Milano, 19 marzo 2008 – I grandi nomi dell'Hi-tech, Tecnologie e Telecomunicazioni, prendono parte al progetto '**Green Brand**', il volume dedicato alle aziende **eco-compatibili, attente all'Ambiente e allo Sviluppo sostenibile**, che verrà pubblicato e distribuito da **B&p communication** in aprile, in allegato gratuito con un'importante testata di **RCS MediaGroup**.

Basta citarne alcuni: **Nokia, Intel, Philips e Hp** hanno già confermato la loro adesione e saranno presenti su 'Green Brand' con il loro profilo aziendale e uno spazio dedicato a illustrare e descrivere progetti, attività e iniziative che ciascuna azienda sta avviando o portando avanti nell'ambito dell'attenzione e della tutela dell'Ambiente, dell'Eco-compatibilità e dello Sviluppo sostenibile.

«L'adesione di aziende come Intel, Hp, Nokia e Philips al progetto 'Green Brand' evidenzia innanzitutto due elementi» rileva **Barbara Piccolo, direttore editoriale di B&p communication**: «da un lato, l'impegno e la sensibilità anche dei grandi nomi del settore Tecnologico e delle Tlc nei confronti dei temi ambientali e di attività economiche e produttive, anche d'avanguardia, ma in linea con i principi di uno Sviluppo sostenibile, oggi come in futuro. Dall'altro lato, testimonia l'alto, anzi altissimo, livello delle aziende, marchi, multinazionali e imprese che prenderanno parte al volume che stiamo realizzando».

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

Anche il settore tecnologico può fare la propria parte, dal recupero dei materiali di computer e telefonini, allo studio di nuovi sistemi Hi-tech a minore impatto ambientale, e all'interno del volume che sarà pubblicato ad aprile e presentato in occasione di un evento di livello internazionale, anche Nokia, Philips, Hp e Intel descriveranno i propri progetti e faranno il punto della situazione sulle attività in corso.

'Green Brand' comprenderà, tra i vari contenuti previsti, un'analisi di scenario realizzata a cura dell'**Università IULM** e firmata dal professor **Alberto Abruzzese, sociologo di fama internazionale e docente di Sociologia della Comunicazione all'Università IULM.** E una ricerca realizzata a livello internazionale da Ipsos-Mori, che sarà pubblicata in anteprima per l'Italia, incentrata sul rapporto tra consumatori e aziende 'Green', sulla sensibilità dei cittadini e consumatori di tutto il mondo nei confronti di queste tematiche, e sul loro atteggiamento e propensione nei confronti delle aziende che si dimostrano attente all'Ambiente e allo Sviluppo sostenibile.

Intanto prosegue in queste settimane, da parte di B&p communication, **l'attività di ricerca e selezione delle aziende, società, imprese e multinazionali 'Green',** in linea con gli obiettivi e i contenuti del volume 'Green Brand', e che hanno quindi le carte in regola per figurare all'interno dell'opera editoriale. **Per prendere parte al progetto c'è tempo fino agli inizi di aprile,** quando i contenuti del volume verranno poi dati alle stampe, prima della diffusione gratuita in circa 100mila copie e in allegato con una prestigiosa testata a diffusione nazionale di RCS MediaGroup.

«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» spiega **Paolo Cagliero, responsabile editoriale di B&p communication,** «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».

'Green Brand' rappresenterà 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 con il settimanale Il Mondo.

B&p communication (www.bpcommunication.net) è una società editrice di studi e report sul Brand e sui rapporti tra marchi, aziende e consumatori. Il suo primo progetto editoriale è '**Brand Concepts**', una collana di libri che, con cadenza quadrimestrale, analizza le tematiche e gli scenari più innovativi del branding.

Ufficio Stampa B&p communication

Stefano Casini

Cell. 340.28.18.056

casini@bpcommunication.net