



Editoria, aziende, comunicazione e Sviluppo sostenibile:

**Bmw, Nissan, Henkel, CartaSì e Ikea
i Big internazionali presenti su ‘Green Brand’,
volume che uscirà in allegato a Economy e
Panorama**

Multinazionali e aziende di livello mondiale sono tra i marchi che aderiscono al volume dedicato alle imprese e ai progetti ‘verdi’, allo Sviluppo sostenibile, alle attività produttive eco-compatibili e attente all’Ambiente.

‘Green Brand’ verrà distribuito giovedì 8 maggio in allegato gratuito con Economy e Panorama, grazie a un nuovo accordo con il Gruppo Mondadori

Milano, 14 aprile 2008 – Ci sono numerosi nomi di multinazionali e Big di livello mondiale, come **Bmw, Nissan, Henkel, Gruppo CartaSì e Ikea**, tra le aziende che aderiscono a **‘Green Brand’, il volume dedicato alle imprese e ai progetti ‘verdi’, allo Sviluppo sostenibile, alle attività economiche eco-compatibili e attente all’Ambiente.** Realizzato e pubblicato da **B&p communication**, il volume verrà distribuito **giovedì 8 maggio in allegato gratuito con Economy e Panorama.**

‘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 grazie a **un nuovo accordo concluso nei giorni scorsi tra B&p communication e il Gruppo Mondadori**, a partire proprio da ‘Green Brand’ i volumi della collana editoriale ‘Brand Concepts’ verranno distribuiti in allegato gratuito con Economy e Panorama.

«L’accordo appena concluso con Mondadori consente al nostro progetto editoriale ‘Brand Concepts’ un’ampia, capillare e altamente qualificata distribuzione dei volumi monografici e quadrimestrali» sottolinea **Barbara Piccolo, direttore editoriale di B&p communication**, «si tratta di un’intesa che conferisce senza dubbio ulteriore prestigio e

valore aggiunto alla nostra attività, che si sta sempre più affermando e facendo conoscere.».

‘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. Al progetto e all’edizione in fase di preparazione hanno aderito, e saranno presenti sul volume con profili aziendali, case-histories e presentazioni dei rispettivi progetti ‘verdi’, multinazionali e grandi nomi a livello mondiale del calibro di Geox, Bmw, Continental, Nissan, Intel, Hp, Henkel, CartaSì, Ikea e altre. All’interno del volume in uscita il prossimo 8 maggio ciascuna azienda racconterà e illustrerà **progetti, obiettivi e risultati nel campo dello Sviluppo sostenibile e delle attività aziendali attente alla salvaguardia dell’Ambiente**.

«La presenza e partecipazione di nomi e marchi come Bmw, Nissan, Henkel, Gruppo CartaSì e Ikea all’interno del volume e del nostro progetto ‘Green Brand’» rileva **Paolo Cagliero, responsabile editoriale di B&p communication**, «conferma di per sé l’elevata qualità dell’iniziativa e l’ampia portata, in termini di visibilità e autorevolezza, che potrà affermare e raggiungere anche con i volumi successivi della collana ‘Brand Concepts’, ciascuno dedicato ai temi e agli scenari più interessanti e innovativi delle politiche aziendali, tra cui appunto quelle ‘verdi’ ed eco-compatibili».

‘Green Brand’ comprenderà inoltre, tra i vari contenuti previsti, un intervento del professor **Giovanni Puglisi, Presidente della Commissione Nazionale Italiana UNESCO**, che illustrerà progetti e azioni dell’UNESCO in campo ambientale, e 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**.

Ad arricchire ulteriormente i contenuti di ‘Green Brand’, sarà inoltre pubblicata **in anteprima assoluta per l’Italia una ricerca, commissionata da Tandberg, realizzata a livello internazionale da Ipsos-Mori**, 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.

Ufficio Stampa B&p communication

Stefano Casini

Cell. 340.28.18.056

casini@bpcommunication.net