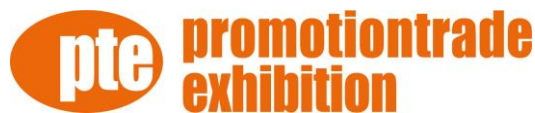




FIERA MILANO



Ufficio stampa
PTE - Promotion Trade
Exhibition

Gabriele De Giorgi
+39 02 4997 7428
gabriele.degiorgi@fieramilano.it

Mario Lisippo
+39 02 49976077
mario.lisippo@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
T +39 02 4997 1
F +39 02 4997 7379
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

In Fiera si impara ad essere più sostenibili

Milano, 23 gennaio 2020. Block notes di carta riciclata, shopping bag realizzati con juta e manici in tessuto, pocket-lunch in fibra di bamboo. E ancora le penne, prodotte in ogni materiale: in fibra di grano, o in sughero, o in alluminio. Non mancano, tra gli accessori, i thermos in acciaio inossidabile, cannucce in paglia oppure le tazze in PLA di mais e i bicchieri prodotte per il 50% con bucce di caffè.

Tra gli espositori di PTE-PromotionTrade Exhibition, l'appuntamento di Fiera Milano dedicato al mondo dell'oggetto pubblicitario, del tessile promozionale e delle tecnologie per la personalizzazione, in programma fino a domani a fieramilanocity, la sostenibilità è un elemento ricorrente. L'ecosostenibilità del prodotto promozionale è uno dei trend più importanti del momento e sicuramente del prossimo futuro. Ecco perché è diventato fulcro del programma di eventi e seminari che la mostra offre a visitatori ed espositori.

Infatti, PTE, Fiera Milano e Fondazione Sodalitas, organizzazione di riferimento nella promozione della Responsabilità Sociale d'Impresa e della Sostenibilità in Italia, hanno presentato oggi un seminario dal titolo: "Come integrare la sostenibilità nella filiera del gadget: storie e strumenti". L'incontro ha messo a fuoco gli aspetti da considerare nell'intero ciclo di vita dell'oggetto pubblicitario "sostenibile": dai processi produttivi che ottimizzano l'impatto ambientale ai criteri di scelta di un prodotto sostenibile fino all'incontro con le crescenti sensibilità sociali e ambientali dei clienti.

Esperienze concrete e strumenti operativi sono stati condivisi da Bureau Veritas e Gam Edit, cui si è aggiunta la voce di Mission Bambini, che ha condiviso il significato di gadget solidale.

"Il gadget porta con sé, per definizione, un messaggio che parte dall'azienda e arriva fino al cliente" ha dichiarato **Alessandro Beda, Consigliere Delegato di Fondazione Sodalitas**. *"Integrare la*

sostenibilità in questo settore è più che mai attuale e competitivo: se, da un lato, l'intera filiera produttiva richiede processi che impattino sempre meno sull'ambiente, dall'altro un gadget sostenibile risponde alle crescenti sensibilità sociali e ambientali dei clienti. Siamo contenti di condividere il percorso e le proposte di sostenibilità di alcune nostre imprese associate in questa manifestazione organizzata da Fiera Milano che aggrega tutti i protagonisti del settore”.