



GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY



Login

[Home](#) [Testate](#) [News](#) [Awards](#) [Video](#) [Operatori](#) [Shop](#) [Il Gruppo](#) [Contatti](#) [Area Utenti](#)[Job opportunities](#)

Leggi news

[mediakey.tv](#) » [News](#) » [Leggi news](#)

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

In fiera si impara ad essere più sostenibili



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".