**COMUNICATO STAMPA**

 **Presentato il XIII Rapporto Civita**

**"When Sustainability meets Culture. Quando la Cultura incontra la Sostenibilità"**

***Aziende attente alla cultura e musei sempre più “green” per essere competitivi sul mercato***

Presentato questa mattina a Roma il XIII Rapporto di Civita che, quest’anno, ha indagato il ruolo che la Cultura gioca all’interno delle pratiche di sostenibilità intraprese dalle aziende e nell’ambito delle politiche museali.

Il Rapporto edito da Marsilio Editori e realizzato grazie al sostegno di IGT è stato presentato nella sede di Civita, in Piazza Venezia a Roma, dal Presidente di Civita Gianni Letta e dal Segretario Generale Simonetta Giordani in un incontro a cui hanno partecipato il Ministro della Cultura Dario Franceschini, il Condirettore Generale di Poste Italiane Giuseppe Lasco, l’Amministratore Delegato di Cinecittà Nicola Maccanico, il Presidente della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile Edo Ronchi, il responsabile ricerca del Centro Studi Civita Alfredo Valeri. A moderare, la giornalista Myrta Merlino.

Il XIII Rapporto mette in luce l’importanza della sostenibilità indagata in relazione a due sfere principali quella dell’impresa, e quella dell’organizzazione culturale (musei). In un paese come l’Italia, dotato di un immenso e straordinario patrimonio artistico e culturale le imprese di maggiore successo implementano strategie che coniugano sostenibilità e patrimonio culturale presidiando i luoghi di cultura e di interesse ambientale sul territorio ed il mercato al fine di garantire sviluppo, resilienza e competitività.

Per Dario Franceschini, Ministro della Cultura: “L’investimento in cultura è un grande investimento economico per una crescita sostenibile del Paese. E i progetti messi in campo dal Governo con il Pnrr vanno esattamente in questa direzione: il Piano Nazionale Borghi, con oltre un miliardo di euro di risorse, punta a rendere vitali le aree interne del Paese mentre il piano nazionale parchi e giardini storici così come quello per l’efficientamento energetico di musei, teatri e cinema confermano quanto la cultura sia vero e proprio motore di sostenibilità e crescita. Accanto a questi importanti interventi c’è l’esigenza di rendere ancora più competitiva la principale industria creativa del Paese: il cinema e l’audiovisivo. Gli ingenti investimenti su Cinecittà hanno proprio questo scopo”.

Per Gianni Letta, Presidente dell’Associazione Civita: “Il tema della sostenibilità in ambito culturale è ormai parte integrante della strategia di quelle aziende che ricercano un’armonia fra profitto e generazione di valore condiviso. Da sempre l’Associazione Civita opera come laboratorio di idee e progetti che mettono in connessione il mondo dell’’impresa, quello della cultura e le Istituzioni. Anche su questo tema, che rappresenta l’evoluzione della responsabilità sociale d’impresa, Civita sarà in prima linea per promuovere il dialogo, il confronto e lo scambio di *best practice* tra tutti gli attori della filiera culturale”.

Per Simonetta Giordani, Segretario Generale dell’Associazione Civita: “La Cultura rientra a pieno titolo nella dimensione sociale della Sostenibilità. Le aziende ne sono sempre più consapevoli. Civita, già dal 2017, ha aiutato le aziende a rendicontare nel bilancio di sostenibilità i propri investimenti in cultura, con l’emanazione di *linee guida.* Oggi un ulteriore passo in avanti, con la presentazione del XIII Rapporto Civita che dà spazio a documenti e testimonianze nella doppia prospettiva delle imprese che investono in cultura e dei musei che si occupano di sostenibilità”.

Che ruolo gioca la Cultura all’interno delle strategie di sostenibilità delle imprese? È il quesito chiave che anima la ricerca sulle imprese del XIII Rapporto. L’Associazione Civita ha monitorato nel tempo le attitudini delle imprese italiane ad intervenire nel settore culturale, rilevandone tendenze e Trasformazioni. da cui si evince un’evoluzione nell’impegno delle aziende verso approcci più autenticamente responsabili e strategici.

Essere sostenibili oggi è un fattore critico di successo per un’impresa che voglia presidiare il mercato in modo stabile e duraturo. La sostenibilità diventa un pilastro della cultura aziendale, condizionando tutti i processi interni, il modo di fare business e di comunicarlo. Essere autenticamente sostenibili significa ormai travalicare la dimensione aziendale, proiettandosi sull’ascolto e sul coinvolgimento delle comunità territoriali.
Per indagare le prevalenti direttrici delle strategie di sostenibilità implementate da realtà imprenditoriali di diversi settori produttivi, Civita ha realizzato una nuova indagine rivolta alle imprese della propria compagine associativa e a un campione di B-Corp e Società Benefit. Rispetto alle indagini realizzate in passato da Civita, si evince ora un’evoluzione nell’impegno delle aziende verso approcci più autenticamente responsabili e strategici.

Il capitalismo contemporaneo, infatti, vede le imprese perseguire obiettivi di sviluppo che consentano il soddisfacimento di esigenze provenienti da società sempre più sensibili ai valori della sostenibilità ambientale, sociale e culturale.

La sfida della sostenibilità, e, in particolare, quella ambientale, sta assumendo gradualmente una dimensione strategica anche per i musei italiani. I musei sono infatti protagonisti di questo impegno, in una pluralità di forme: dalla gestione dei propri spazi fisici alla produzione di contenuti culturali specifici, alla promozione di comportamenti virtuosi presso il pubblico. I musei confermano di avere un canale privilegiato di comunicazione dei propri contenuti con bambini, adolescenti e giovani, affiancandosi così al ruolo primario, della famiglia e della scuola. Questa consapevolezza è stata la leva che ha spinto l’Associazione Civita, in collaborazione con Annalisa Cicerchia e Ludovico Solima, a promuovere una rilevazione, attraverso un questionario on line per raccogliere opinioni e idee del pubblico dei musei. Dall’indagine è emerso che la grande maggioranza dei visitatori (7 visitatori su 10) sono convinti che attraverso l’arte e la cultura si possa trasmettere un più efficace messaggio a favore della sostenibilità. Per oltre un terzo degli intervistati, la sostenibilità gioca un ruolo nella scelta del museo da visitare. Il pubblico apprezza i musei gestiti in modo sostenibile: dall’energia ai rifiuti, dall’acqua ai materiali. 7 visitatori su 10 pensano che i musei dovrebbero lavorare per la propria efficienza energetica. Il museo può essere uno spazio in cui si adottano comportamenti a basso impatto ambientale. Ne emerge con chiarezza che, agli occhi del pubblico, i musei possono far crescere il loro cuore verde, e contribuire alla cultura della sostenibilità.

**Ufficio stampa Associazione Civita**
Véronique Haupt, +39 348.9420670; haupt@civita.it

Federica Simone, +39. 3336649832; federica@jumpmedia.it